José Eustáquio Diniz Alves
Céli Regina Jardim Pinto
Fátima Jordão
Organizadores
Mulheres
nas
eleições
2010

Mulheres nas eleições 2010

José Eustáquio Diniz Alves
Céli Regina Jardim Pinto
Fátima Jordão
Organizadores

Mulheres nas eleições 2010

1ª edição
Rio de Janeiro
2012

Sumário

As mulheres nas eleições 2010

José Eustáquio Diniz Alves*
Céli Regina Jardim Pinto**
Fátima Jordão***

É com grande satisfação que apresentamos o livro *As mulheres nas eleições 2010*, cuja produção teve início com a formação de um grupo de pesquisa para concorrer a um edital público para pesquisar a participação feminina nas eleições gerais de 2010.

Tudo começou a partir de um edital de convocação, lançado em 25 de fevereiro de 2010, pela Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres da Presidência da República, conclamando "os núcleos ou grupos de pesquisa de universidades públicas, fundações universitárias de pesquisa e/ou institutos de pesquisa organizados sob a forma de consórcio, a apresentarem propostas para a implementação de projeto de pesquisa sobre a participação das mulheres no processo eleitoral de 2010".

A sociedade acadêmica brasileira se mobilizou e foram inscritos diversos projetos de pesquisa, sendo designado como vencedor da concorrência, pela Comissão de Seleção, o trabalho remetido pelo Consórcio Bertha Lutz (CBL). O resultado foi publicado no *Diário Oficial da União*, em 29 de abril de 2010.

O Consórcio Bertha Lutz, criado em março e abril de 2010 a partir do contato voluntário de seus membros, tem um núcleo composto por pesquisadoras/es de comprovada atuação na área de análise de gênero

* Doutor em Demografia pelo Cedeplar-UFMG e professor titular da Escola Nacional de Ciências Estatísticas (Ence) do IBGE (jed_alves@yahoo.com.br).
** Doutora em Ciência Política – Universidade de Essex 1986. Professora do Departamento de História da UFRGS.
*** Graduada em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo, especialista em Comunicação pelo Instituto de Educação da Universidade de Londres, London School of Economics, e pelo Laboratoire de Communication Politique (CNRS), Paris. É consultora e faz trabalho voluntário em instituições como: Instituto Patrícia Galvão de Comunicação e Mídia, Conselho de Ética do Conar, Idec – Defesa do Consumidor e Instituto Vladimir Herzog. Assessora de pesquisa da TV Cultura.

e política, com representatividade nos maiores Estados brasileiros e nas principais regiões do país. A formação desse núcleo obedeceu aos critérios de qualificação acadêmica, compromisso científico, representatividade regional e nacional e a uma divisão de trabalho em função dos objetivos da pesquisa. As/os pesquisadoras/es consorciadas/os formam o início de um trabalho que pretende ter desdobramentos prospectivos, no sentido de fortalecer os estudos de gênero e política no país, possibilitando que o Consórcio seja ampliado no futuro, especialmente a partir do lançamento do presente livro.

O trabalho desenvolvido pelo Consórcio Bertha Lutz transformou-se em uma experiência pioneira, em que, pela primeira vez, acadêmicos e profissionais da área de gênero reuniram-se para analisar a participação das mulheres no processo eleitoral. E isto não poderia ter acontecido em melhor momento, pois as eleições gerais de 2010 foram as mais femininas da história do Brasil, com 1.335 mulheres candidatas a deputadas federais (22%), 3.500 concorrendo ao cargo de deputada estadual (23%), 36 candidatas ao Senado (13%), 18 candidatas aos governos estaduais (11%) e duas mulheres, entre nove candidatos (23%), disputaram a Presidência da República.

Atendendo às especificações do edital, o objetivo central da proposta do Consórcio Bertha Lutz foi pesquisar a participação das mulheres no processo eleitoral de 2010, numa perspectiva de gênero, buscando identificar e compreender: o perfil do conjunto dos candidatos de ambos os sexos – deputadas/os estaduais e federais, senadoras/es, governadoras/es e presidente –, segundo dados fornecidos pelo TSE; as diversas percepções do eleitorado sobre valores tradicionais da formação política brasileira, conhecimentos e habilidades cívicas, predisposições e atitudes em relação à participação e associativismo, crenças e valores em relação à democracia em si, mulheres na política e as intenções de voto; a capacidade de influência, por meio das trajetórias das/os candidatas/os, dos diversos tipos de recursos e capitais, bem como dos conteúdos transmitidos pelas diversas candidaturas nas eleições proporcionais e majoritárias e que podem determinar suas chances e recepção junto ao eleitorado; a engenharia eleitoral dos partidos voltada para disputa, definição de suas candidaturas, considerando o novo critério de preenchimento das cotas, alianças estaduais e articulações entre as competições majoritárias e proporcionais, que também colocam as mulheres em determinadas condições

de elegibilidade; e a influência da mídia jornalística impressa e televisiva sobre o processo de formação de preferências do voto.

Os objetivos foram abordados de maneira articulada e interdisciplinar, levando-se em conta os três eixos da pesquisa definidos. Além da abrangência, a abordagem do Consórcio Bertha Lutz se deu a partir de um olhar integrado e integrador das múltiplas dimensões envolvidas nos diversos aspectos do processo eleitoral e de definição e disputa do voto.

O Eixo 1 – Estudo do comportamento, percepções e tendência do eleitorado brasileiro – objetivou buscar um amplo entendimento sobre a opinião pública e as percepções do eleitorado, explorando questões de cunho valorativo, cultural e institucional, mas com foco principalmente cultural, almejando identificar, em cada perfil sociodemográfico do eleitorado, as opiniões, os valores e as intenções de voto, no sentido de:

- explorar as distintas percepções do eleitorado quanto a determinadas formas de expressão do tradicionalismo político brasileiro, padrões de associativismo e dimensões específicas do processo político-eleitoral;
- entender o processo de formação das decisões e intenções de voto;
- examinar as percepções sobre a representação em si e sobre os atributos e qualidades para se exercer um cargo executivo e/ou legislativo;
- relacionar o perfil sociodemográfico do eleitorado com os valores e as percepções acima.

Este eixo da pesquisa realizou um esforço de abordagem que envolveu três conjuntos de estratégias metodológicas: uma pesquisa quantitativa de tipo *survey*; uma sondagem qualitativa realizada a partir de discussões envolvendo a técnica de grupos focais; e o levantamento e acompanhamento de outras pesquisas de opinião, com a integral utilização desses dados secundários.

O Eixo 2 – Monitoramento das campanhas e candidaturas – procurou analisar os fatores que contam, definem e decidem as candidaturas e, sobretudo, viabilizam e obstaculizam o ingresso das mulheres na elite política (nos cargos do Executivo e Legislativo). Interessou-nos identificar e mapear quais os caminhos que as mulheres percorrem para viabilizar suas eleições e como elas chegam aos partidos e conseguem seus apoios, ou seja, como chegam a ser candidatas e se tornam efetivamente elegíveis. Um dos pontos centrais deste eixo refere-se ao recrutamento eleitoral e às possíveis alterações decorrentes da nova Lei de Cotas. Ao lado disso, este foi um momento especial para examinar o percurso entre o recrutamento e

a viabilidade eleitoral. Diante do dado novo – a atual Lei de Cotas –, cabe questionar se este dispositivo alterará o padrão de recrutamento, terá impactos sobre o perfil das candidaturas, ou mudará a engenharia eleitoral dos partidos, em particular daqueles grandes e mais competitivos. A nova Lei de Cotas implicará ampliação dos critérios usados e modificará as estratégias de campanha? Quem se elege e quem não se elege? E quais os perfis, partidos, tipos de capitais? O recrutamento, enquanto procedimento, e as campanhas como estratégias serão, portanto, observadas à luz deste novo contexto.

O monitoramento envolveu candidatos majoritários e proporcionais. Para os primeiros, a unidade de análise foram os candidatos aos governos estaduais e ao Senado, principalmente nos Estados que tinham candidaturas femininas. As variáveis estudadas foram:

- perfil socioeconômico das/os candidatas/os, bem como sua trajetória para chegar a ser indicada/o, e os recursos, que incluem tanto os recursos de campanha quanto engenharia eleitoral dos partidos para definição de suas candidaturas, considerando as articulações entre as competições majoritárias e as proporcionais, fato e dado de nosso processo eleitoral;
- as definições do lado dos "*gatekeepers*", isto é, dos partidos e de seus dirigentes, relacionadas com as trajetórias institucionais, cargos, etc. Ou seja, quais os "atributos" considerados pelo partido e pelos apoiadores para definirem uma candidatura ao governo? E ao Senado? Será que as/os candidatas/os, para serem indicadas/os, necessitam ter percorrido uma trajetória institucional? Terem vínculos familiares fortes na política? Serem portadoras/es dos interesses de um grupo forte? Ou terem um capital próprio?
- os contextos das candidaturas, procurando identificar quais partidos disputavam efetivamente o governo e quais estavam só marcando posição. Onde estão as mulheres neste cenário e em que condições? Como?
- programas/conteúdo dos discursos das/os candidatas/os, observando como se organiza o discurso das candidaturas majoritárias que tendem a incorporar as grandes questões nacionais e estaduais, como redução da violência, saúde, educação, transporte, emprego, agricultura, entre outros.

A observação mais minuciosa dos conteúdos mostrou em que medida as candidaturas por sexo se diferenciam, ou não, na inclusão de temas

relacionados com as mulheres, desde questões mais tradicionais, como aquelas relacionadas com a maternidade, até a discussão de direitos levantados pelas lutas feministas.

Para as candidaturas proporcionais, foram consideradas duas unidades de análise, embora por razões de tempo e recursos financeiros ambas não tiveram o mesmo peso. Ainda assim, foi possível garantir um olhar de forma articulada sobre as candidaturas, dado que, como a literatura já mostrou exaustivamente, há uma multicausalidade no sucesso e no fracasso destas candidaturas, quando se assume a perspectiva de gênero. Na primeira unidade de análise, foram observadas as trajetórias individuais das candidaturas, fato que adquire relevância especial diante do nosso sistema eleitoral de voto, no qual a competição intrapartidária existe e a lista inexiste como fator orientador e definidor do voto em si. Já na segunda, o foco correspondeu aos partidos, ou seja, o âmbito institucional. Foi possível observar, ainda, a relação entre os planos de eleição: onde havia mulheres candidatas ao Executivo com chances e peso para se elegerem e onde o ambiente era mais favorável à eleição das mulheres no Legislativo; e até que ponto o fato de as mulheres estarem ou não entre os partidos com mais chances faz diferença na sua competitividade e influencia sua eleição.

Foram considerados os seguintes fatores: recursos; trajetórias; programas de campanha/discurso/conteúdos, ou o lugar e os conteúdos da proposta com a qual homens e mulheres tentam se legitimar; principais elementos envolvidos na engenharia partidária eleitoral; e fatores contextuais, isto é, identificação da presença de candidaturas fortes/vencedoras aos governos estaduais/nacionais, bem como possibilidade de mais mulheres eleitas nessas coligações.

O Eixo 3 – Monitoramento da mídia jornalística – teve como objetivo observar como os meios de comunicação constroem ou influenciam de forma decisiva a realidade e a formação de valores, influindo na construção da subjetividade da opinião pública. O acompanhamento sistemático da cobertura eleitoral das diversas candidaturas de ambos os sexos foi fundamental para determinar:

- quantas matérias na mídia jornalística impressa e televisiva foram dedicadas às candidaturas e se houve neutralidade de gênero;
- quantas matérias, referentes ao gênero, foram favoráveis, desfavoráveis, ambíguas ou equilibradas;
- como esses dados evoluíram ao longo da campanha.

Foram analisadas as reportagens sobre as candidaturas separadamente e em conjunto e como as/os candidatas/os foram tratadas/os nos textos jornalísticos da mídia impressa e falada: se as mulheres são, na maioria das vezes, o foco principal, secundário ou neutro; e se os textos e as imagens foram favoráveis, desfavoráveis, ambíguos ou equilibrados de acordo com a capacidade que os mesmos têm de influenciar o voto nas candidaturas às quais se relacionam.

A realização da análise de mídia sobre a cobertura jornalística das eleições gerais de 2010, em uma perspectiva de gênero – em conjunto com as pesquisas sobre as percepções do eleitorado e do acompanhamento das candidaturas –, possibilitou indicar em que medida ocorreu uma cobertura "neutra", enviesada, ou simplesmente com omissão das tendências e das agendas que interessam à participação feminina na política e nos processos de avanço da equidade de gênero.

Este livro – resultado de um vasto trabalho de pesquisa realizado ao longo de 2010 – está dividido em três partes, que correspondem aos eixos expostos anteriormente, e traz 15 artigos. Esperamos com esta publicação estar contribuindo para um melhor entendimento desta complexa relação das mulheres com a política no Brasil.

EIXO 1

Comportamento, percepções e tendências do eleitorado brasileiro

Marlise Matos

O Eixo 1 da Pesquisa do Consórcio Bertha Lutz teve como objetivo central buscar um amplo entendimento sobre as percepções da opinião do eleitorado brasileiro, neste período tão especialmente importante para as mulheres que foram as eleições presidenciais de 2010.

Explorando questões de cunho valorativo, cultural e institucional, mas com foco principalmente nos aspectos vinculados às escolhas eleitorais e às dimensões dos valores que se inserem em nossa cultura, os artigos deste Eixo procuram compreender melhor, dentro dos diferentes perfis sociodemográficos do nosso eleitorado, as opiniões, os valores e as intenções de voto. São exploradas, ainda, as distintas percepções do eleitorado quanto a determinadas formas de expressão do conservadorismo político brasileiro, dos seus padrões de associativismo e dimensões específicas do processo político-eleitoral ligadas a gênero. Neste último aspecto, foram amplamente examinadas as variáveis sociodemográficas populacionais em sua dinâmica de relação com visões específicas vinculadas ao tradicionalismo e aspectos valorativos específicos em termos de sexo/gênero e feminismo.

Também foi nosso objetivo entender o processo de formação das decisões e intenções de voto, procurando reconhecer alguns de seus determinantes para o ano de 2010. A apreciação do comportamento do/a eleitor/a se deu a partir de análises, sobretudo, quantitativas, por meio da realização de uma pesquisa de opinião, com questionário estruturado por nossa equipe de pesquisa e levado a campo em setembro de 2010, pelo Instituto Ibope Inteligência, sendo complementada por análises qualitativas, com a formação de grupos focais realizados nas cidades de São Paulo e Salvador em dois momentos (antes do 1º turno eleitoral e entre o 1º e o 2º turnos).

O *survey* com representatividade nacional foi aplicado a uma amostra de 2.002 eleitores, com um questionário desenhado especificamente para tentar quantificar estas relações, com cerca de 40 perguntas, muitas subdivididas em vários subitens.

Foram realizados 16 grupos focais: oito antes do 1º turno, em setembro de 2010; e oito entre o 1º e o 2º turnos, em outubro, nas cidades de São Paulo e Salvador. Foram separados grupos de homens e mulheres com faixas etárias entre 18 e 29 anos e de 45 a 60 anos. Também utilizaram-se, como fontes de análises sobre o comportamento eleitoral brasileiro, 63 pesquisas nacionais de intenção de voto para a Presidência da República, sendo 45 no 1º turno e 18 no 2º. Estas enquetes foram produzidas pelos quatro principais Institutos de Pesquisa do país (Datafolha, Ibope, Sensus e Vox Populi), sem nenhum vínculo com o Consórcio Bertha Lutz.

Nesta primeira parte do livro encontram-se três artigos que pretendem explorar os principais resultados quantitativos do Eixo 1. Em "Diferenças sociais e de gênero nas intenções de voto para presidente em 2010", de José Eustáquio Diniz Alves, busca-se "relacionar a evolução das intenções de voto com a construção política das candidaturas à Presidência da República, percorrendo uma linha do tempo com os principais fatos políticos que possibilitaram a reversão das tendências eleitorais de janeiro a setembro, os fatores que impediram uma decisão no primeiro turno e os determinantes do resultado final no segundo turno. Será dado destaque para o diferencial de intenções de voto entre homens e mulheres e para as questões de gênero que perpassaram o debate eleitoral". A análise destas pesquisas possibilitou traçar um quadro longitudinal das intenções de voto ao longo do ano, considerando-se as variáveis sexo, idade, educação, renda e região. Alguns resultados do artigo merecem destaque, a exemplo da constatação empírica de que os escândalos de corrupção envolvendo a ministra da Casa Civil, Erenice Guerra, tiveram forte impacto nas intenções de voto em Dilma. Os dados também ressaltam que foram as mulheres que impossibilitaram a decisão da eleição presidencial no primeiro turno. Destaca-se ainda que, durante o mês de outubro, prevaleceu a maior força eleitoral da coligação "Para o Brasil seguir mudando" e as intenções de voto, no final de daquele mês, já mostravam vitória de Rousseff no eleitorado de ambos os sexos, mas com um predomínio entre os homens. Também foi possível evidenciar que, mesmo havendo duas mulheres disputando a Presidência da República, a discussão de gênero não fez parte dos assuntos principais da campanha e muito menos uma pauta realmente feminista esteve presente.

O texto de Marlise Matos e Marina Brito Pinheiro – "Dilemas do conservadorismo político e do tradicionalismo de gênero no processo eleitoral de 2010: o eleitorado brasileiro e suas percepções" – traz a inovação de recrutar evidências empíricas da presença ainda atuante no país de padrões de conservadorismo político e de tradicionalismo de gênero, os quais são tomados, no estudo, como elementos valorativos/morais importantes nas percepções dos/as eleitores/as brasileiros/as. O artigo inicia-se com um debate teórico a respeito do processo que, segundo as autoras, estaria em curso também no Brasil, de destradicionalização e modernização societária e política. Reconhecendo que as "eleições presidenciais de 2010 no Brasil (...) tiveram um contorno muito peculiar nos dois sentidos valorativos/normativos que os indicadores aqui construídos procuram mensurar, os quais podem funcionar como categorias explicativas importantes de parte dos desdobramentos presenciados, sobretudo no segundo turno, que, apesar de um contexto normativo muito adverso (...), culminaram na eleição da primeira mulher presidenta do Brasil", as autoras constroem um conjunto sistematizado de indicadores que visaram mensurar estes tipos específicos de sensibilidade e percepção junto ao eleitorado brasileiro. Elas afirmam que os índices "construídos foram capazes de identificar eleitores/as brasileiros/as com percepções fortemente conservadoras em termos políticos e percepções fortemente tradicionais em gênero, raça e sexualidade (ou com as duas percepções juntas), sendo este grupo responsável, no Brasil, por manter e perpetuar uma sociedade politicamente anti-igualitária e antidemocrática". Muitas de suas conclusões podem abrir espaço para discussões teóricas e empíricas ricas a respeito dos desdobramentos de avanços democráticos em contextos de transformação valorativa ainda não efetivamente consolidados e/ou constituídos como parece ser o caso do Brasil. Assim como a literatura trata, padrões de percepção conservadores e tradicionais costumam se constituir em fortes obstáculos a uma agenda de inclusão de minorias e, neste caso, uma efetiva agenda para incluir mais mulheres nos espaços de poder. Destaca-se, no artigo, a importância de se ter em conta a presença destes padrões normativos conservadores quando se pretende afirmar ou construir explicações acerca da sub-representação parlamentar das mulheres brasileiras.

Finalmente, o artigo "Quem vota em quem: um retrato das intenções de voto nas eleições para presidente em setembro de 2010", de Suzana Cavenaghi e José Eustáquio Diniz Alves, de modo inovador para este tipo de estudo no Brasil, destaca o conjunto de fatores determinantes das intenções de voto do/a brasileiro/a. Reconhecendo que o "processo

de decisão do voto em eleições para cargos executivos pode ser influenciado por uma série de características individuais dos eleitores, como geração a que pertence, gênero, escolaridade, classe social (ou renda), por variáveis comportamentais resultantes de crenças, ideologias, religiões e outras características culturais, assim como por características individuais dos candidatos (honestidade, credibilidade, simpatia, aparência física, sexo, experiência, inteligência, entre outras)", os autores vão buscar "quantificar algumas destas complexas relações". Este esforço é levado a termo a partir das questões do mesmo *survey* da pesquisa do Consórcio Bertha Lutz, sendo que Cavenaghi e Alves estimam por meio de modelagem estatística multivariada, com o uso de modelos de classificação em árvore e modelo logístico multinomial, qual foi o peso tanto de características individuais dos eleitores, quanto de posturas ideológicas e políticas destes afetando suas escolhas. Sendo a variável dependente nas análises multivariadas a intenção de voto, inicialmente, nos modelos de classificação em árvore, foram definidas quatro categorias, que incluíram os três candidatos mais votados e uma categoria englobando todas as demais respostas dadas (1% de outros candidatos, "não sabe", "não responde", brancos e nulos). Num segundo estágio de análise, a partir de modelagem logística multinomial e utilizando somente os dados de intenções de voto nos três candidatos mais votados (o que compreende a resposta de 1.660 eleitores), são feitas comparações entre os candidatos, empregando um deles como categoria de referência (comparação). Nas conclusões, os autores destacam o fato de que "o perfil da distribuição dos votos de Dilma Rousseff teve uma grande semelhança com os votos que o ex-presidente Lula teve nas eleições de 2006" e também que a candidata do PT na época, hoje nossa presidenta eleita – "mesmo apresentando elevados índices de apoio em todos os segmentos sociais nas eleições de 2010 – teve uma maior proporção de intenções de voto entre os eleitores de baixa renda, os de menor escolaridade, os homens, aqueles que se declaram católicos, os adultos de 25 a 59 anos e os moradores das Regiões Norte e Nordeste do país. Ou seja, o eleitorado de Dilma Rousseff, em 2010, tinha grande semelhança com o eleitorado de Lula, em 2006". Assim, "o modelo logístico multivariado mostrou que a variável com maior poder de explicação da intenção de voto declarado para a Presidência da República foi se o eleitor votaria em candidato indicado pelo presidente Lula. O carisma do ex-presidente e os bons índices da avaliação do governo reforçaram o desejo de continuidade da administração anterior".

Como é possível observar – e será ainda mais rica a contribuição quando lidos os respectivos artigos aqui muito rapidamente resenhados –, os três estudos referentes a esta parte dos resultados de pesquisa do Consórcio Bertha Lutz trazem, para o campo da ciência política brasileira, tanto inovações teóricas quanto empíricas no tratamento do tema geral da sub-representação feminina. Ao escrutinarem o comportamento eleitoral, as percepções valorativas e as intenções de voto do eleitorado brasileiro, estes estudos trazem à luz da produção nacional elementos novos e criativos, a partir dos quais novas pesquisas e levantamentos clamam para serem realizados. Como sabemos, a campanha eleitoral brasileira de 2010, apesar de eleger a primeira mulher na nossa história para a Presidência da República, esteve eivada de denúncias, "provas documentais" e debates inflamados. Nestes três artigos é possível identificar alguns dos principais elementos que foram (têm sido) responsáveis pelo fato indesejável de não elegermos mais mulheres no país, e isto a despeito de o tema ter estado nas frentes de disputa de inúmeros espaços discursivo-eleitorais. Infelizmente o resultado final das urnas, entendendo a presença determinante dos múltiplos fatores aqui rapidamente delineados – e que poderão ser vistos nos demais estudos desta coletânea –, vão ratificar a ainda onipresente condição de subordinação política das mulheres brasileiras.

Diferenças sociais e de gênero nas intenções de voto para presidente em 2010

José Eustáquio Diniz Alves*

Este artigo busca relacionar a evolução das intenções de voto com a construção política das candidaturas à Presidência da República, percorrendo uma linha do tempo com os principais fatos políticos que possibilitaram a reversão das tendências eleitorais de janeiro a setembro, os fatores que impediram uma decisão no primeiro turno e os determinantes do resultado final no segundo turno. Será dado destaque para o diferencial de intenções de voto entre homens e mulheres e para as questões de gênero que perpassaram o debate eleitoral.

Como fonte de dados, foram utilizadas 63 pesquisas nacionais de intenção de voto para a Presidência da República, sendo 45 no primeiro turno e 18 no segundo, realizadas pelos quatro principais institutos de pesquisa do país (Datafolha, Ibope, Sensus e Vox Populi). Estas pesquisas possibilitam traçar um quadro longitudinal das intenções de voto ao longo do ano, considerando-se as variáveis sexo, idade, educação, renda e região.

O Brasil conseguiu dar um grande passo no processo de inclusão feminina na política, ao eleger a primeira mulher presidenta da República. Mas esta novidade só terá significado se o país avançar no processo de empoderamento das mulheres e na construção de relações de gênero mais equitativas. Para tanto, é preciso avaliar como as questões de gênero foram tratadas e quais as lições que podemos tirar deste processo eleitoral, no sentido de possibilitar maior inclusão das mulheres na política e uma sociedade com menores desigualdades entre os sexos.

*Doutor em Demografia pelo Cedeplar-UFMG e professor titular da Escola Nacional de Ciências Estatísticas (Ence) do IBGE (jed_alves@yahoo.com.br).

A construção das candidaturas presidenciais e as intenções de voto no primeiro turno

Nas eleições presidenciais de 2010, houve nove candidatos, sendo duas mulheres e sete homens. Do total de 101,6 milhões de votos válidos do primeiro turno, 47,7 milhões foram para Dilma Rousseff (PT), 33,1 milhões para José Serra (PSDB), 19,6 milhões para Marina Silva (PV), 886 mil para Plínio de Arruda Sampaio (PSOL), 89 mil para Eymael (PSDC), 84 mil para Zé Maria (PSTU), 58 mil para Levy Fidelix (PRTB), 39 mil para Ivan Pinheiro (PCB) e 12 mil para Rui Costa Pimenta (PCO).

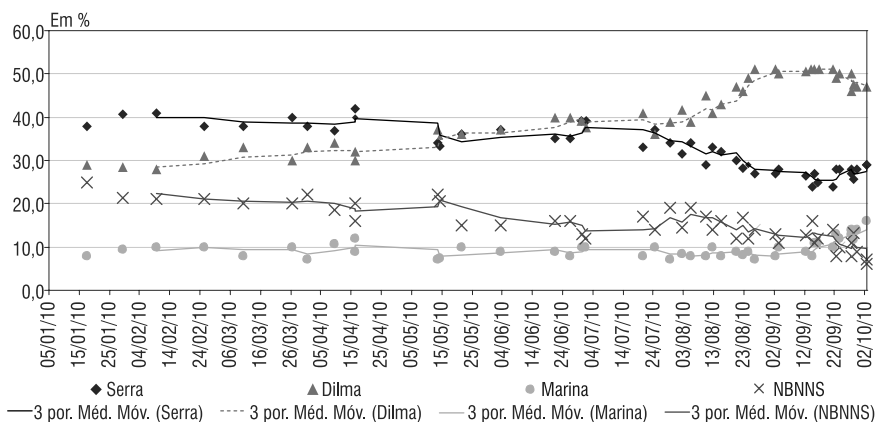
Dilma Rousseff e José Serra tiveram, respectivamente, 46,9% e 32,6% dos votos. Segundo Melo (2010) e Limongi e Cortez (2010), este resultado reflete uma estabilização do sistema eleitoral brasileiro, pois PT e PSDB lançaram candidatos nas últimas seis eleições presidenciais e, nas últimas cinco, conquistaram cerca de 80% dos votos válidos, no primeiro turno. Alves (2007) chama este processo de bipartidarismo de coalizão, pois o PT e o PSDB costumam liderar coligações com uma plêiade de partidos sem uma posição ideológica definida.

Mas a grande novidade das eleições 2010 referiu-se aos 19,3% dos votos da candidata Marina Silva, que fez carreira política no movimento sindical, no movimento ambientalista e no PT, mas disputou as eleições pelo Partido Verde. Foi a primeira vez, desde 1994, que uma “terceira via” ameaçou romper o domínio dos dois partidos (duopólio) que têm hegemonizado as eleições presidenciais.

O Gráfico 1 mostra a evolução das intenções de voto das três principais candidaturas à Presidência da República, ao longo de 2010. Nota-se que, no início do ano, o candidato do PSDB, José Serra, que, além de ter sido ministro da Saúde, já havia disputado uma eleição presidencial, em 2002, e ocupava o cargo de governador do Estado de São Paulo, tinha cerca de 40% das intenções de voto. Dilma Rousseff, do PT, que ocupava o cargo de ministra da Casa Civil do governo Lula (e nunca havia disputado uma eleição), possuía cerca de 30% dos votos. Marina Silva, que se filiou ao PV em 2009 e tinha mandato de senadora pelo Estado do Acre, detinha pouco menos de 10% das intenções de voto. O percentual de pessoas que declaravam votar branco, nulo, nenhum ou não sabem em quem votar (NBNNS) correspondia a pouco mais de 20% das intenções de voto.

Os dados mostram que, de janeiro até meados de setembro, as intenções de voto em José Serra caíram progressivamente até um patamar abaixo de 30% e em Dilma Rousseff subiram continuamente, até atingir 50%

do total. O crescimento da candidata do PT se deu à custa da diminuição dos votos do candidato do PSDB e dos votos das pessoas que estavam "indecisas" no começo da campanha. A candidata do PV manteve estabilidade em torno de 10% dos votos até meados de setembro. Tudo indicava que as eleições seriam decididas no dia 3 de outubro de 2010. Porém, antes de verificar o que aconteceu nos últimos 15 dias da campanha do primeiro turno, vejamos como se deu a reversão das intenções de votos entre as duas principais candidaturas.

Gráfico 1
Intenções de voto no primeiro turno para as três principais candidaturas à Presidência
Brasil – janeiro-outubro de 2010

Fonte: Institutos de Pesquisas Datafolha, Vox Populi, Ibope e Sensus (45 pesquisas de intenções de voto).
Nota: NBNNS – votos nulos, brancos, nenhum e não sabe.

No começo de 2010, a disputa estava entre um candidato bastante conhecido pelo público em geral e uma candidata desconhecida do eleitorado. Todavia, José Serra pertencia às forças de oposição, enquanto Dilma Rousseff representava as forças governistas e a continuidade de um governo que tinha excelente avaliação popular. Alguns analistas políticos (COIMBRA, 2010; GUIMARÃES, 2010) consideravam que existia um desejo de continuidade tão forte que qualquer candidatura governamental estava "condenada" a vencer. Porém, a experiência internacional mostra que governos bem avaliados não ganham automaticamente eleições.

Entre janeiro e março, a diferença entre os dois principais pré-candidatos diminuiu um pouco, mas com José Serra mantendo a

dianteira. O dia 03 de abril foi a data final para a desincompatibilização, pois os titulares de cargo no âmbito do Poder Executivo precisam se licenciar seis meses antes do pleito. Dilma deixou a Casa Civil em 31 de março de 2010 e, em maio, ultrapassou Serra nas intenções de voto e manteve uma pequena vantagem até início de agosto. Entre meados de agosto e meados de setembro, Dilma chegou a abrir uma vantagem de mais de 20 pontos nas intenções de voto em relação ao candidato José Serra. A seguir, são listados dez fatos que ajudam a entender o aumento das intenções de voto em Dilma e o fortalecimento da coligação governamental.

1. *Desejo de continuidade*

A altíssima popularidade do governo Lula favoreceu a candidata Dilma, que, enquanto ministra da Casa Civil, era considerada o braço forte da administração federal. De fato, após a crise dos anos 1980 – a chamada década perdida – e da estagnação dos anos 1990, a economia brasileira passou por um processo de retomada do crescimento econômico. O período 2004-2008 é conhecido como o quinquênio virtuoso, pois a economia brasileira voltou a crescer acima da média desde a redemocratização, com redução da pobreza e das desigualdades. Embora tenha havido uma interrupção em 2009, o crescimento de 7,5% do PIB, em 2010, fez com que a primeira década do século XXI fosse melhor do que as duas anteriores.

2. *Ascensão social e redução das desigualdades e da pobreza*

O crescimento econômico do país no governo Lula (2002-2010) ficou muito aquém daquele ocorrido durante o período do “milagre econômico” (1968-1973), mas, enquanto este último se deu em um quadro de ausência de liberdades democráticas e com aumento das desigualdades econômicas e sociais, no governo Lula a expansão econômica aconteceu com respeito ao Estado de Direito e com redução das desigualdades econômicas, sociais, raciais, de gênero, regionais, etc. O crescimento do emprego com recuperação do poder de compra do salário mínimo possibilitou um grande aumento da “classe média”. A expansão da cobertura da previdência social e do Benefício de Prestação Continuada (BPC) proporcionou maior proteção social para as pessoas idosas. A ampliação dos programas de transferência de renda – por meio do Programa Bolsa Família – resultou na redução da extrema pobreza. O retorno eleitoral junto ao eleitorado de baixa renda (e sem fortes níveis de organização política e social) tendia a favorecer a candidata do governo.

3. O desempenho econômico do Nordeste

O Brasil vem passando por um processo de desconcentração regional, desde pelo menos os anos 1980, com a perda relativa do peso dos Estados do Rio de Janeiro e São Paulo. As Regiões Centro-Oeste, Norte e Nordeste têm apresentado maiores taxas de crescimento do que o Sudeste. No período recente, entre 2003 e 2010, o Nordeste cresceu proporcionalmente mais do que a economia nacional. Como mostra Bacelar (2009), as políticas sociais do governo Lula beneficiaram, proporcionalmente, mais o Nordeste. A valorização cambial, que dificulta as exportações do Sul e Sudeste, tende a impulsionar o crescimento da renda do Nordeste. Todos estes fatores contribuem para a avaliação positiva do governo federal, enfraquecem as candidaturas de oposição e possibilitam o bom desempenho da candidata da situação na região.

4. Consolidação da candidatura Dilma no PT

Dilma Rousseff militava no PDT do Rio Grande do Sul, atuando em cargos técnicos da administração governamental. Ela só se filiou ao Partido dos Trabalhadores em 2001. Neste sentido, não foi sem surpresa que aconteceu sua indicação para a candidatura presidencial. Mas, mesmo tendo um padrinho muito forte – o presidente Lula –, ela precisava conseguir o apoio do partido. Dois eventos foram fundamentais para a consolidação da candidatura Dilma junto ao PT e ao eleitorado: o programa de televisão do PT, em 13 de maio de 2011; e a convenção oficial do PT, em 13 de junho, que oficializou a candidatura Dilma à Presidência. Estes dois acontecimentos coincidem com o início da liderança da corrida eleitoral, com Dilma superando Serra nas intenções de voto a partir de maio.

5. Saída de Ciro Gomes e apoio do PSB

O presidente Lula nunca acreditou na possibilidade de ter dois candidatos do bloco governista e atuou no sentido de possibilitar a desistência de uma possível candidatura presidencial do deputado Ciro Gomes. Mesmo fazendo algumas críticas por ter sido preterido, os dados das pesquisas mostram que as intenções de voto de Dilma subiram depois que Ciro deixou de ser potencial candidato a presidente. Além disso, o apoio do partido de Ciro foi importante, pois o PSB contava com 27 deputados federais e quatro governadores, além da presença de Eduardo Campos, em Pernambuco, e Cid Gomes, no Ceará, ambos com altos índices de popularidade e com reais chances de vitória consagradora no primeiro turno. A participação

do PSB na coligação de Dilma foi importante para unificar a candidatura do governo e identificar Dilma Rousseff como a única candidata apoiada pelo presidente Lula.

6. Consolidação de uma forte coligação

Num país com alta fragmentação partidária, como o Brasil, uma política de aliança é fundamental para dar sustentação às candidaturas e garantir a governabilidade. O governo Lula conseguiu construir um arco de alianças bastante amplo para viabilizar a candidatura Dilma. A construção da coligação "Para o Brasil seguir mudando" envolveu a junção do PT, PMDB, PR, PSB, PDT, PSC, PCdoB, PRB, PTN e PTC. Estes dez partidos possuíam cerca de 60% dos deputados da Câmara Federal e aproximadamente o mesmo percentual de candidatos aos cargos proporcionais em 2010. A própria aliança entre PT e PMDB, os dois maiores partidos do país, indicando a candidata a presidente e o candidato a vice-presidência já é um fato inédito na história destes partidos, que sempre foram mais adversários do que aliados. O PT abriu mão de candidaturas majoritárias a diversos governos estaduais em troca de apoio à candidatura presidencial e como meio de aumentar as bancadas de deputados estaduais, federais e senadores. Portanto, a política de alianças do PT foi mais efetiva do que a do PSDB, que teve vários abalos com o DEM (e houve muito desgaste com o processo que concluiu com a indicação do candidato à vice-presidência, Índio da Costa). Evidentemente, esta ampla aliança, que viabilizou a união de entidades como CUT e MST e figuras como Sarney e Collor, gerou tensões e embaralhou os objetivos programáticos. Mas em termos eleitorais, a coligação "Para o Brasil seguir mudando" apresentou-se como uma aliança muito forte, ao contrário, por exemplo, da candidata Marina Silva, do PV, que não possuía aliados formais e carecia de recursos financeiros e políticos para sustentar sua possível ascensão.

7. Palanques estaduais

A coligação nacional foi articulada também no sentido de fortalecer os palanques estaduais. Em Minas Gerais, o presidente Lula conseguiu induzir o PT estadual a abrir mão de uma candidatura própria ao governo do Estado, para apoiar Hélio Costa, do PMDB, e ainda fazer com que o ex-ministro Patrus Ananias concordasse em concorrer como vice na chapa do PMDB, antigo desafeto do PT e dos setores progressistas do Estado. Com o forte palanque estadual e o fato de a candidata Dilma ter nascido

em Belo Horizonte, não foi dificil fazer uma virada em Minas Gerais, que é um Estado decisivo nos resultados eleitorais e que representa uma síntese do Brasil. Como já disse o antropólogo Darcy Ribeiro (1922-1997), "Minas foi o nó que atou o Brasil e fez dele uma coisa só". No Maranhão, o PT foi enquadrado no sentido de apoiar a família Sarney, a despeito da greve de fome de Manoel da Conceição, que é considerado uma das mais importantes lideranças camponesas do Brasil e um dos fundadores do PT. No Paraná, o presidente Lula conseguiu neutralizar o eventual vice de Serra, o senador Alvaro Dias, e montou um palanque forte para Dilma, juntando Osmar Dias e o ex-governador Roberto Requião, entre outras lideranças. Por outro lado, José Serra teve que procurar um vice junto ao DEM e acabou protagonizando uma semana muito confusa e desgastante com a escolha do deputado Índio da Costa, do Rio de Janeiro. Também no Rio de Janeiro Serra perdeu o apoio de um possível vice-presidente, o senador Francisco Dornelles, do PP (partido que no plano nacional ficou neutro na coligação, mas apoia majoritariamente a candidata Dilma). No terceiro colégio eleitoral do país, o Estado do Rio, Serra não teve palanque próprio e ficou muito atrás nas pesquisas e nos resultados finais.

8. Recursos financeiros e tempo de propaganda gratuita

Dados de início de agosto já indicavam que Dilma tinha recebido doações de R$ 11,6 milhões, duas vezes o que o presidente Luiz Inácio Lula da Silva obteve na campanha pela reeleição quatro anos antes (R$ 5,7 milhões), enquanto Serra terminou o primeiro mês de campanha com o valor de R$ 3,6 milhões. Para a divulgação das propostas, a candidata do PT conseguiu 40% do total do tempo de TV destinado à propaganda eleitoral dos postulantes ao Palácio do Planalto, que teve início em 17 de agosto. A fatia foi 35% superior à que teve o tucano José Serra e representa fato inédito na história do PT, pois em nenhuma das cinco eleições presidenciais, desde a redemocratização, o PT ocupou o maior espaço na TV. O resultado foi uma grande subida de Dilma nas preferências de voto do eleitorado, na segunda quinzena de agosto.

9. Apoio de importantes igrejas evangélicas

Em 1989, a Igreja Universal fez uma campanha radical contra o candidato Lula. Mas, em 2010, principalmente com a intermediação do bispo Marcelo Crivela, a Igreja Universal passou a ser forte aliada da candidata do PT. Em julho, Dilma Rousseff recebeu também o apoio de representantes

de 15 igrejas evangélicas. O pastor e deputado Manoel Ferreira (PR-RJ), presidente de uma das maiores denominações pentecostais, a Assembleia de Deus, do Ministério de Madureira, defendeu o voto em Dilma e agradeceu Lula pela lei que regulariza os templos erguidos em áreas públicas da União. Este apoio aconteceu a despeito do fato de a candidata Marina ser evangélica da Assembleia de Deus. O apoio dos evangélicos era considerado importante para conquistar uma parte do eleitorado feminino e reduzir as diferenças que Dilma tinha neste segmento, pois as mulheres são maioria dos filiados às igrejas pentecostais.

10. Apoio efetivo de Lula: carisma, bonapartismo, lulismo

A influência eleitoral de Lula tem sido superior à capacidade de mobilização do PT para conquistar o eleitorado. Depois da crise do mensalão, em 2005, Lula ficou ainda maior do que o PT. Segundo André Singer (2009), professor da USP, ex-secretário de Imprensa e ex-porta-voz do governo Luiz Inácio Lula da Silva, o "fenômeno" Lula descolou-se do PT e criou o lulismo, provocando um novo alinhamento social no país. De acordo com Singer, a classe média "alta" que apoiava o PT se afastou, mas Lula conquistou o chamado subproletariado, que se transformou em ator político. O fato é que Lula criou uma base de apoio entre a população mais pobre do Brasil, o que possibilitou uma certa "autonomia bonapartista". A comunicação direta do presidente Lula com as massas fez com que a candidata Dilma pudesse contar com uma base social ampla e que tendia a votar nas forças governamentais. Boa parte desta base social do lulismo ainda aparecia como "indecisa" nas pesquisas, enquanto Dilma Rousseff ainda era desconhecida para estes eleitores. Mas a campanha de Dilma considerava que ela cresceria à medida que o eleitorado de baixa renda definisse suas preferências, o que poderia aumentar as probabilidades de as eleições serem definidas no primeiro turno.

Intenções de voto por segmentos sociodemográficos no primeiro turno

De modo geral, Dilma Rousseff perdia para José Serra em todos os segmentos de eleitores, no início de 2010, segundo dados da pesquisa do Instituto Datafolha. Após a reversão das tendências ao longo do ano, Dilma passou à frente em todos os segmentos em meados de setembro. Contudo, após o escândalo da Casa Civil, envolvendo a ex-ministra Erenice Guerra (substituta de Dilma), as intenções de voto na candidata do PT caíram, especialmente entre o eleitorado de maior renda e de maior nível

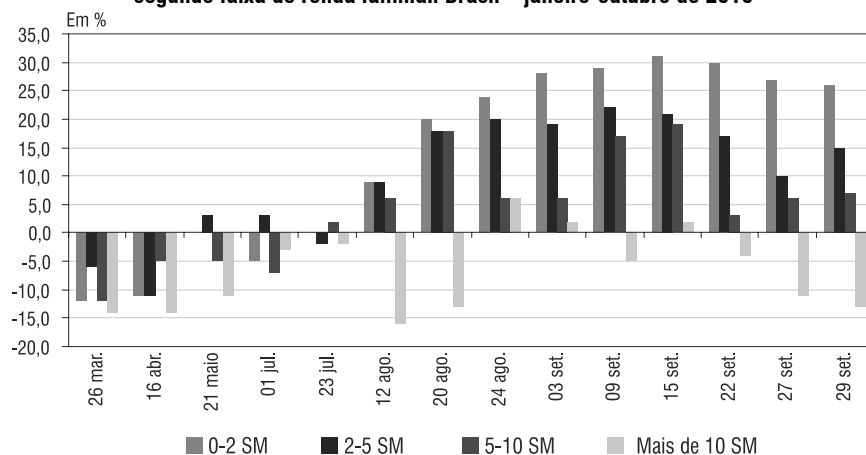
educacional. Os Gráficos 2 a 5 mostram as intenções de voto de março a setembro, segundo pesquisas do Instituto Datafolha.

Em termos de faixa de renda, Dilma Rousseff manteve grande vantagem entre a população com rendimento familiar de 0 a 2 salários mínimos, seguida pelo segmento de 2 a 5 salários mínimos e uma vantagem menor entre o grupo de pessoas com renda de 5 a 10 salários mínimos. Isto quer dizer que Dilma tinha grande apoio da população mais pobre do país, enquanto José Serra ganhava somente entre aquela com renda acima de 10 salários mínimos.

Gráfico 2
Diferença de intenções de voto no primeiro turno entre Dilma Rousseff e José Serra, segundo faixa de renda familiar. Brasil – janeiro-outubro de 2010

Em %

26 mar. | 16 abr. | 21 maio | 01 jul. | 23 jul. | 12 ago. | 20 ago. | 24 ago. | 03 set. | 09 set. | 15 set. | 22 set. | 27 set. | 29 set.

0-2 SM | 2-5 SM | 5-10 SM | Mais de 10 SM

Fonte: Instituto de Pesquisas Datafolha (14 pesquisas de intenções de voto).

No que se refere à escolaridade dos eleitores, Dilma teve mais apoio entre os analfabetos e com ensino fundamental, seguidos por aqueles com ensino médio, sendo que José Serra terminou o primeiro turno com maior intenção de voto entre os eleitores com ensino superior.

Em termos geracionais, Dilma chegou ao final do primeiro turno com vantagem em todos os grupos etários, mas proporcionalmente maior na faixa de 25 a 59 anos e menor entre os idosos.

Nas regiões brasileiras, Dilma Rousseff manteve a primeira colocação no Nordeste durante todo o ano e chegou no início de outubro com quase 40 pontos de vantagem nessa região. O pior desempenho de Dilma ocorreu no Sul, mas, ainda assim, a candidata do PT vencia em todas as regiões.

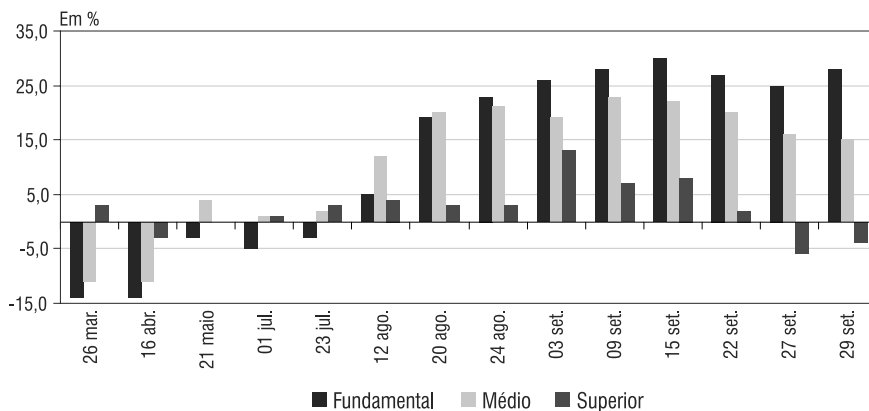
Gráfico 3
Diferença de intenções de voto no primeiro turno entre Dilma Rousseff e José Serra, segundo escolaridade dos eleitores. Brasil – janeiro-outubro de 2010

Fonte: Instituto de Pesquisas Datafolha (14 pesquisas de intenções de voto).

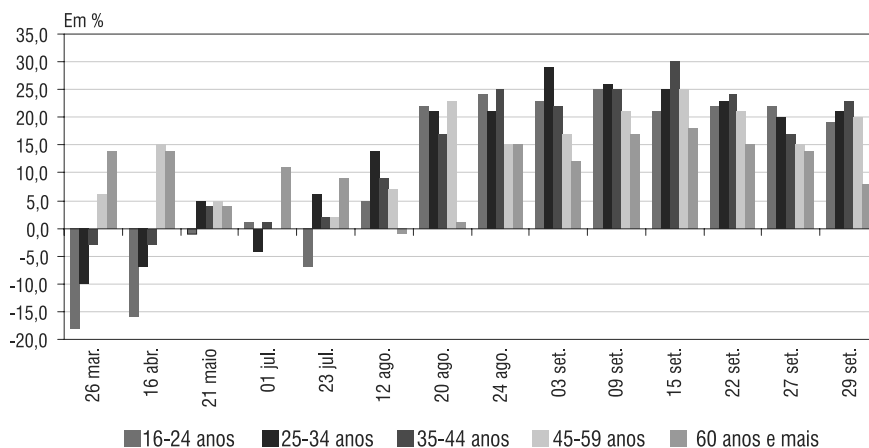
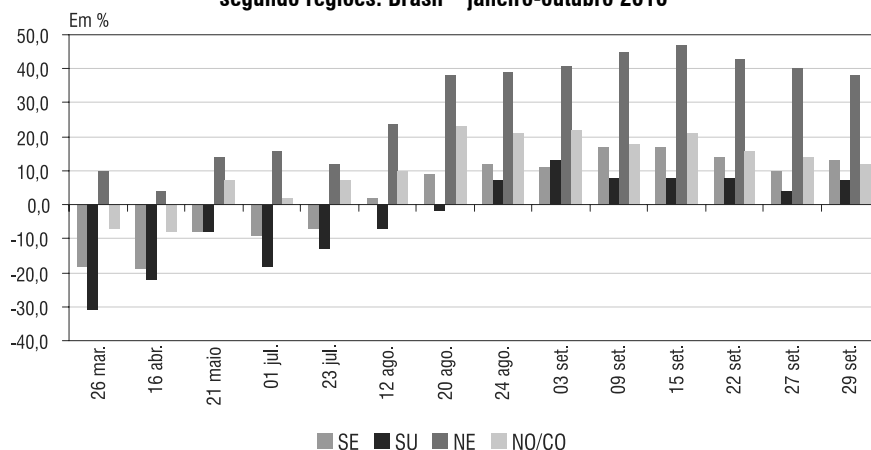
Gráfico 4
Diferença de intenções de voto no primeiro turno entre Dilma Rousseff e José Serra, segundo grupos de idade dos eleitores. Brasil – janeiro-outubro de 2010

Fonte: Instituto de Pesquisas Datafolha (14 pesquisas de intenções de voto).

Gráfico 5
Diferença de intenções de voto no primeiro turno entre Dilma Rousseff e José Serra, segundo regiões. Brasil – janeiro-outubro 2010

Fonte: Instituto de Pesquisas Datafolha (14 pesquisas de intenções de voto).

Se Dilma Rousseff tivesse mantido os mesmos percentuais de intenções de voto alcançados em meados de setembro de 2010, ela teria ganhado as eleições no primeiro turno. Contudo, o escândalo de corrupção ocorrido na Casa Civil, envolvendo a ministra Erenice Guerra,[1] interrompeu a ascensão de Dilma e afastou os eleitores de maior renda e mais escolaridade. Como disse o coordenador da campanha de *marketing*, João Santana (2010), "O caso Erenice foi o mais decisivo porque atuou, negativamente, de forma dupla: reacendeu a lembrança do mensalão e implodiu, temporariamente, a moldura mais simbólica que estávamos construindo da competência de Dilma, no caso a Casa Civil. Por motivos óbvios, vínhamos ressaltando, com grande ênfase, a importância da Casa Civil. Na cabeça das pessoas, a Casa Civil estava se transformando numa espécie de gabinete paralelo da presidência. E o escândalo Erenice abalou, justamente, esse alicerce".

---

[1] A ex-ministra da Casa Civil, Erenice Guerra, foi envolvida em duas acusações: uma feita por uma empresa de Campinas e publicada em reportagem no jornal *Folha de S. Paulo* (12/09/2011), de que seu filho Israel cobrava dinheiro para obter liberação de empréstimo no BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social); e outra, segundo reportagem publicada na revista *Veja* (11/09/2011), de que Erenice teria atuado para viabilizar negócios nos Correios intermediados por uma empresa de consultoria de propriedade de seu outro filho. A demissão de Erenice Guerra da Casa Civil ocorreu no dia 16/09/2011.

A partir deste episódio, a candidatura Dilma se mostrou frágil e permitiu a discussão de questões religiosas e políticas. Os últimos 15 dias de campanha do primeiro turno eliminaram a possibilidade de a eleição ser definida em 03 de outubro. Particularmente relevante para o desfecho do primeiro turno foi a questão da descriminalização do aborto. A candidatura Dilma colocava o tema como um assunto de saúde pública, enquanto a candidatura Serra reforçava os argumentos religiosos e a candidatura Marina posicionava-se contra o aborto, mas propondo que qualquer alteração na legislação do tema fosse decidida por meio de um plebiscito.

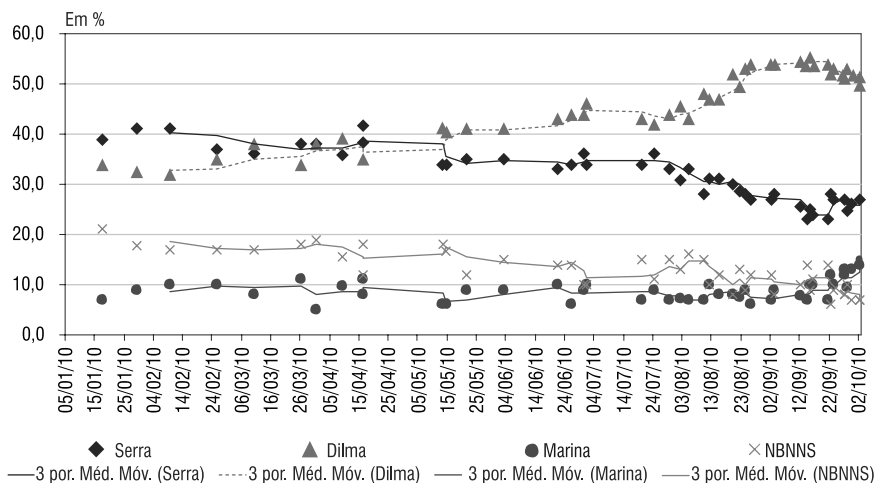
Com o aumento das incertezas na última semana da campanha do primeiro turno, a candidatura Marina Silva praticamente dobrou de tamanho, passando de cerca de 10% para quase 20% das intenções de votos. A chamada "onda verde" significou que a candidata do PV havia crescido entre as mulheres, entre o eleitorado preocupado com as questões ambientais e entre algumas parcelas dos setores evangélicos da população. O comportamento do eleitorado feminino foi decisivo para levar as eleições para um segundo turno, como será visto na próxima seção deste artigo.

As diferenças de intenções de votos entre homens e mulheres no primeiro turno

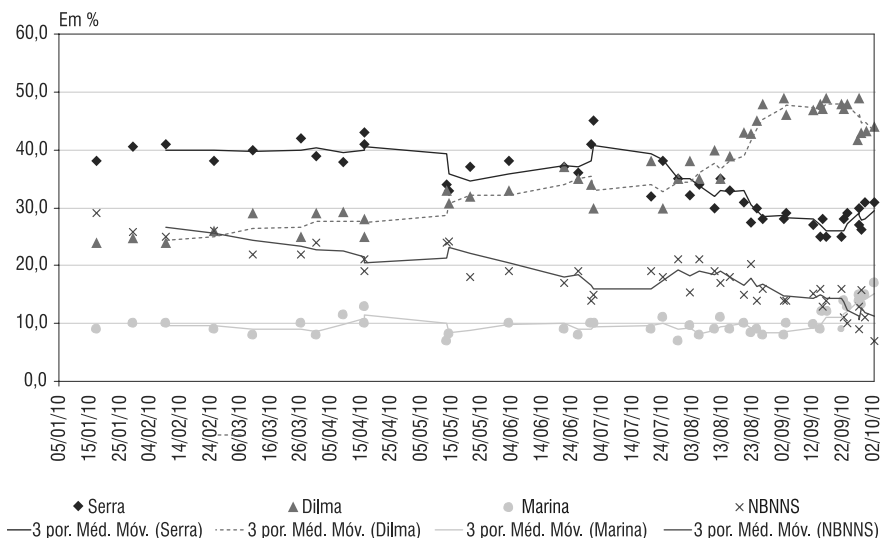
Não deixa de ser surpreendente que a candidata Dilma Rousseff tenha tido maior apoio entre o eleitorado masculino do que entre o feminino (Gráficos 6 e 7). Porém, este fato apenas repetiu as mesmas tendências ocorridas nas eleições presidenciais em que Luiz Inácio Lula da Silva participou, pois Lula sempre teve maior apoio entre os eleitores masculinos e seu governo sempre foi mais bem avaliado pelos homens.

Nota-se que, no começo de 2010, a diferença nas intenções de voto entre Dilma Rousseff e José Serra, entre o eleitorado masculino, era menor do que no eleitorado total, sendo que Dilma ultrapassou Serra em maio e chegou a mais de 50% das intenções de voto no início de agosto. Após o escândalo Erenice, Dilma perdeu um pouco de votos entre os homens, mas chegou às vesperas da votação do primeiro turno com cerca de 51% dos votos totais e 55% dos votos válidos. José Serra apresentou pequena recuperação – ficando com cerca de 27% dos votos totais (29% dos votos válidos) – e Marina Silva ficou com cerca de 14% dos votos totais (16% dos votos válidos). Mesmo considerando-se que os diversos institutos de pesquisa não captaram todo o crescimento da candidata do Partido Verde, os dados sugerem que Dilma Rousseff teria

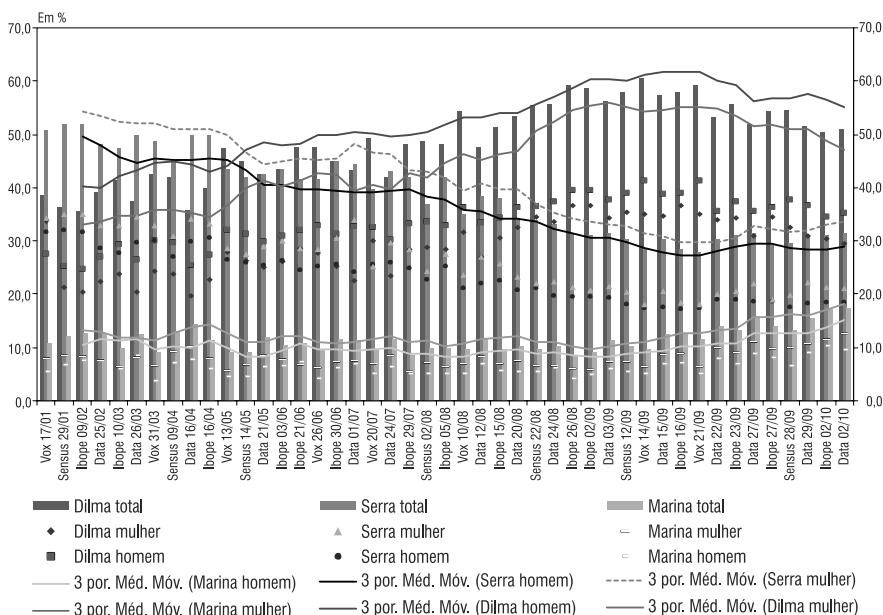
ganhado as eleições no primeiro turno se fosse levado em conta apenas o eleitorado masculino.

Gráfico 6
Intenções de voto do eleitorado masculino no primeiro turno para as três principais candidaturas à Presidência. Brasil – janeiro-outubro de 2010

Fonte: Institutos de Pesquisas Datafolha, Vox Populi, Ibope e Sensus (45 pesquisas de intenções de voto).
Nota: NBNNS – votos nulos, brancos, nenhum e não sabe.

O desempenho de Dilma Rousseff foi pior entre o eleitorado feminino (Gráfico 7). No começo de 2010, a diferença em relação ao candidato do PSDB estava em torno de 15 pontos, sendo que Dilma só ultrapassou José Serra em agosto e não chegou a atingir 50% dos votos totais entre as mulheres. Após o escândalo Erenice, a perda de intenções de voto de Dilma foi maior entre as mulheres e ela chegou à véspera da votação do primeiro turno com 43% dos votos totais, ou 47% dos votos válidos. Em meados de setembro, Dilma teria ganhado as eleições no primeiro turno também entre o eleitorado feminino. Mas o crescimento das intenções de voto em Marina Silva entre as mulheres foi o principal motivo que adiou a vitória de Dilma. O resultado final, em 03 de outubro, evidenciou que foi o eleitorado feminino que jogou as eleições para o segundo turno, pois Dilma tinha uma diferença de cerca de 8 pontos entre as intenções de voto de homens e mulheres (sendo que ela precisa de apenas 3,1% dos votos para decidir as eleições em 03 de outubro).

Gráfico 7
Intenções de voto do eleitorado feminino no primeiro turno para as três principais candidaturas à Presidência. Brasil – janeiro-outubro de 2010

Fonte: Institutos de Pesquisas Datafolha, Vox Populi, Ibope e Sensus (45 pesquisas de intenções de voto).
Nota: NBNNS – votos nulos, brancos, nenhum e não sabe.

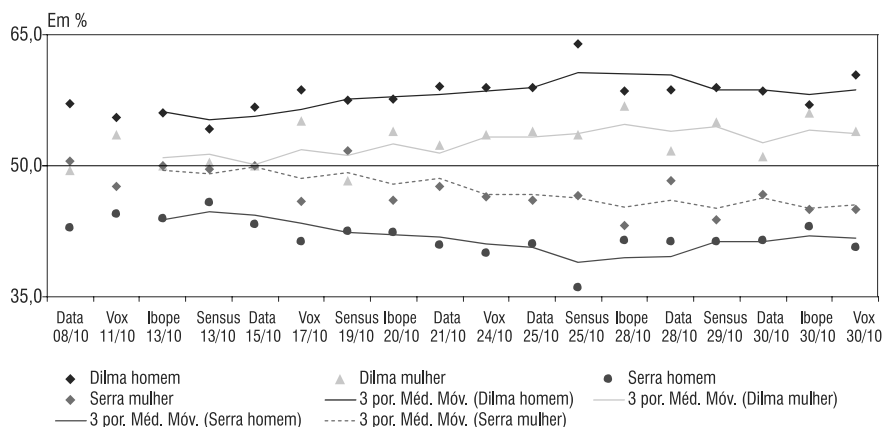
O Gráfico 8 resume as intenções de voto, no primeiro turno, para as três principais candidaturas à Presidência no eleitorado total (barras) e o cálculo dos votos válidos (linhas) para os eleitorados masculino e feminino. Nota-se que Dilma manteve margem maior de votos entre os homens, enquanto Serra e Marina sempre tiveram mais votos entre as mulheres.

Gráfico 8
Intenções de votos válidos no primeiro turno para as três principais candidaturas à Presidência, segundo eleitorado total e por sexo. Brasil – janeiro-outubro de 2010

Fonte: Institutos de Pesquisas Datafolha, Vox Populi, Ibope e Sensus (45 pesquisas de intenções de voto).

As intenções de voto e a disputa eleitoral no segundo turno

As pesquisas de intenções de voto mostram que as diferenças entre Dilma e Serra, que estavam na faixa de 20 pontos no final do primeiro turno, caíram para cerca de 8 pontos no início do segundo turno (Gráfico 9). Isto quer dizer que uma parcela maior do eleitorado de Marina Silva migrou para o candidato do PSDB. A diferença era maior entre o eleitorado masculino, enquanto entre as mulheres a situação era de empate técnico.

No início do segundo turno, a candidatura Dilma Rousseff teve dificuldade para conquistar o eleitorado feminino, os mais escolarizados, os segmentos evangélicos e os eleitores mais jovens e os mais idosos. Mas, no decorrer da campanha em outubro, a candidata do PT recuperou terreno e obteve, entre os 99,4 milhões de votos válidos em 31/10/2010, 55,7 milhões (56,05% do total), contra 43,7 milhões (43,95%) de José Serra.

Gráfico 9
Intenções de votos válidos no segundo turno para as duas candidaturas à Presidência, segundo sexo dos eleitores. Brasil – outubro de 2010

Fonte: Institutos de Pesquisas Datafolha, Vox Populi, Ibope e Sensus (18 pesquisas de intenções de voto).

Os Gráficos 10 a 14 mostram os dados sobre intenções de voto, no segundo turno, das pesquisas do Instituto Datafolha. Em termos de renda, Dilma começou o segundo turno com vantagem entre as camadas mais pobres da sociedade, especialmente entre as pessoas com 0 a 2 salários mínimos de renda familiar. Como visto anteriormente, a candidata do PT teve apoio do presidente Lula, que gozava de alto índice de popularidade entre a população de mais baixa renda do país. Durante a campanha eleitoral, ficou claro que o presidente conseguiu transferir grande parte deste prestígio para a sua candidata e ex-ministra. Em termos de escolaridade dos eleitores, a candidata Dilma Rousseff manteve grande vantagem, no segundo turno, entre aqueles com até ensino fundamental e começou o mês de outubro perdendo entre o eleitorado com ensino médio, mas depois se recuperou. Porém, entre as pessoas com ensino superior, a vantagem permaneceu a favor de José Serrra, que manteve maiores intenções de voto entre o eleitorado de maior renda e maior escolaridade.

Quanto à faixa etária dos eleitores, Dilma obteve maiores intenções de voto em todos os grupos etários, mas especialmente entre os adultos de 25 a 59 anos. Entre os jovens e os idosos, o desempenho da candidata do PT foi menor, indicando uma dificuldade para atingir as gerações mais novas, que estão buscando entrar no mercado de trabalho, bem como as mais idosas que, em sua maioria, já saíram da atividade econômica.

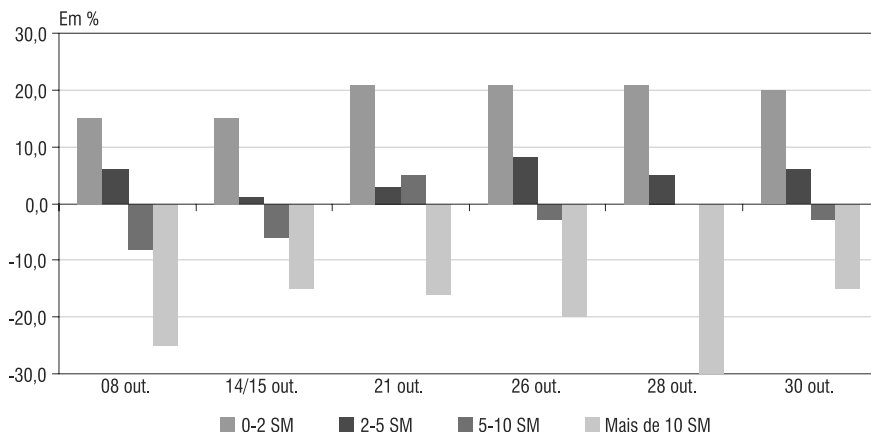
Gráfico 10
Diferença de intenções de voto no segundo turno entre Dilma Rousseff e José Serra, segundo níveis de renda dos eleitores. Brasil – outubro de 2010

Fonte: Instituto de Pesquisas Datafolha (seis pesquisas de intenções de voto).

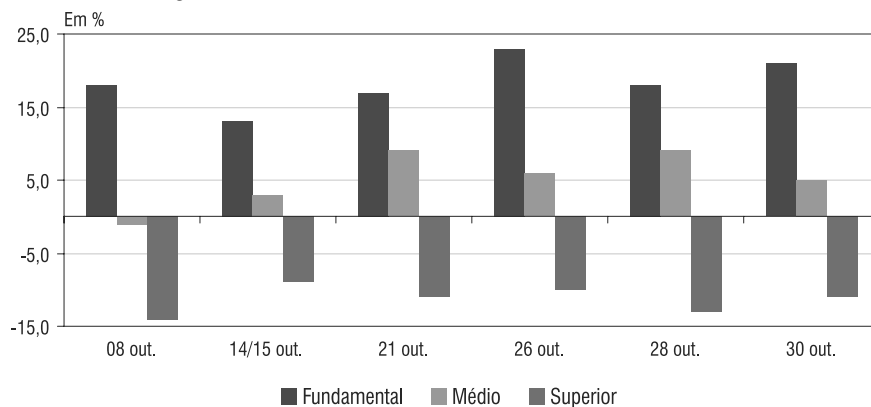
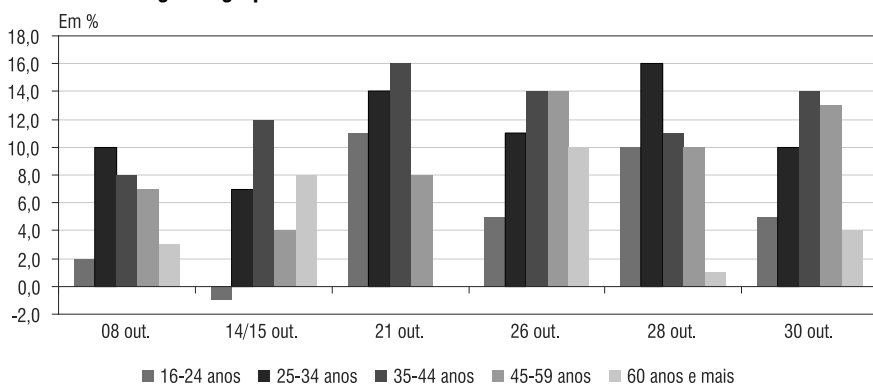
Gráfico 11
Diferença de intenções de voto no segundo turno entre Dilma Rousseff e José Serra, segundo escolaridade dos eleitores. Brasil – outubro de 2010

Fonte: Instituto de Pesquisas Datafolha (seis pesquisas de intenções de voto).

Gráfico 12
Diferença de intenções de voto no segundo turno entre Dilma Rousseff e José Serra, segundo grupos de idade dos eleitores. Brasil – outubro de 2010

Fonte: Instituto de Pesquisas Datafolha (seis pesquisas de intenções de voto).

Nas regiões brasileiras, Dilma Rousseff começou o segundo turno perdendo no Sul, Sudeste e Norte/Centro-Oeste. Porém, ao longo de outubro, ela se recuperou e passou à frente nas intenções de voto no Sudeste e Norte/Centro-Oeste. Durante todo o período, a candidata do PT manteve uma vantagem muito ampla nas intenções de voto do Nordeste e uma pequena desvantagem no Sul. Entretanto, os resultados de 31/10 mostraram que José Serra venceu no Paraná e em Santa Catarina e Dilma ganhou no Rio Grande do Sul, Estado onde o PT venceu a disputa para o governo estadual, o que reforça a relação entre uma forte base local e a vitória na disputa presidencial.

Em termos de filiação religiosa do eleitorado, José Serra começou outubro em vantagem entre os evangélicos tradicionais e pentecostais e os espíritas/kardecistas, enquanto Dilma Rousseff tinha a preferência dos católicos e daqueles que se declararam sem religião. Mas nas vésperas da votação do segundo turno, Dilma Rousseff já apresentava vantagem também entre os evangélicos pentecostais, estava empatada entre os evangélicos tradicionais (não-pentecostais) e só perdia entre os espíritas/ kardecistas.

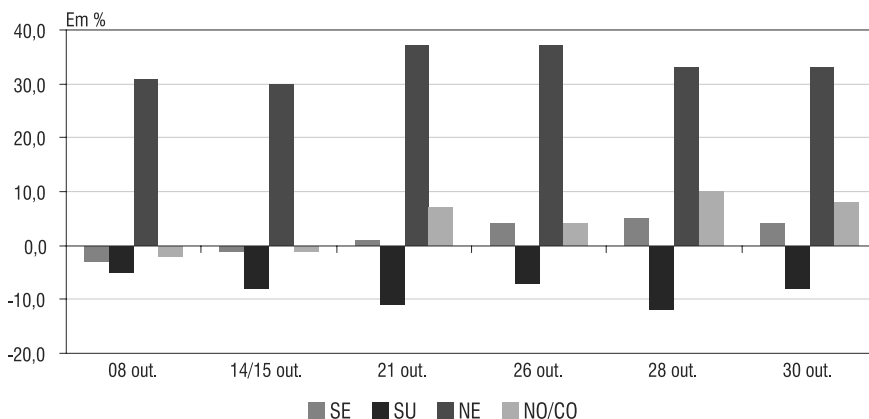
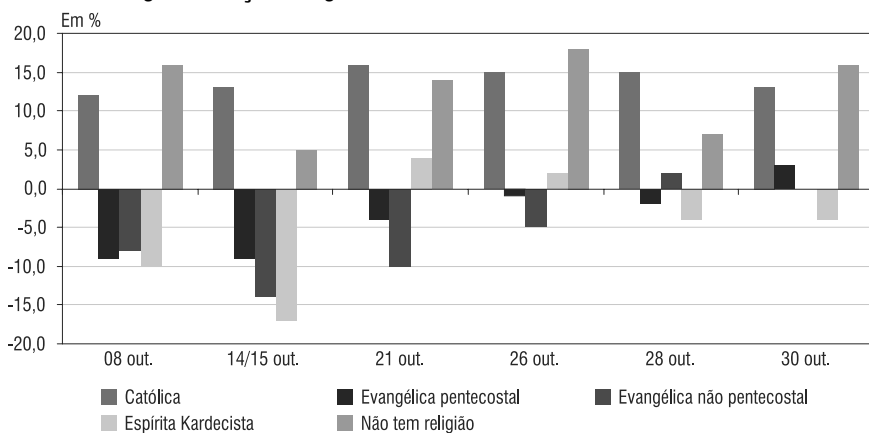
Gráfico 13
Diferença de intenções de voto no primeiro turno entre Dilma Rousseff e José Serra, segundo regiões. Brasil – outubro de 2010

Fonte: Instituto de Pesquisas Datafolha (seis pesquisas de intenções de voto).

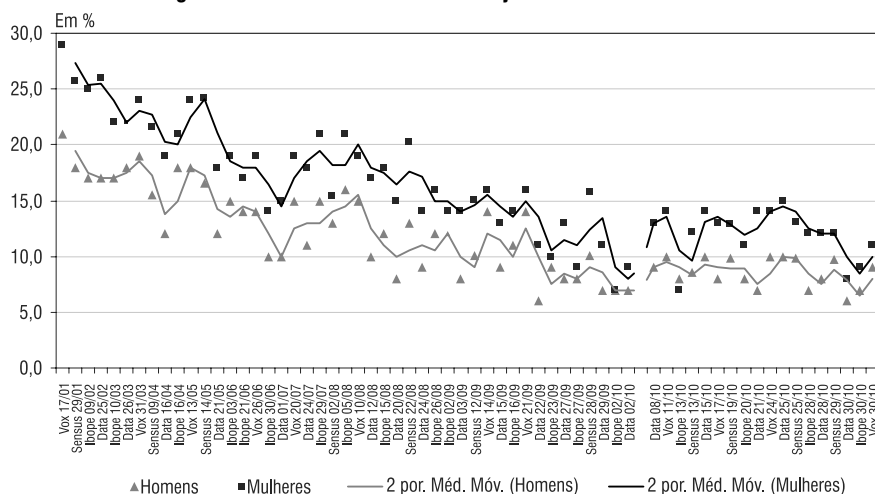
Gráfico 14
Diferença de intenções de voto no primeiro turno entre Dilma Rousseff e José Serra, segundo filiações religiosas dos eleitores. Brasil – outubro de 2010

Fonte: Instituto de Pesquisas Datafolha (seis pesquisas de intenções de voto).

Mulheres eleitoras: indecisas, exigentes ou excluídas?

Uma tendência recorrente nas eleições presidenciais do Brasil, durante a Nova República, é o maior percentual, entre as mulheres, de intenções de votos brancos, nulos, nenhum e não sabe. As pesquisas eleitorais mostram que tal comportamento também ocorreu nas eleições de 2010. Isto que dizer que as mulheres são menos propensas a definir o voto nas candidaturas presidenciais, pelo menos antes da data final para se registrar o voto na urna. O Gráfico 15 mostra que, tanto no primeiro quanto no segundo turnos, existia maior "indefinição" do voto feminino.

Alguns políticos e analistas interpretam este fenômeno como parte de um processo de fraqueza feminina, pois as mulheres seriam mais indecisas e, de certa forma, alienadas da política. Elas acompanhariam menos os noticiários políticos e tenderiam a seguir os homens (pais, maridos, colegas de trabalho, vizinhos, lideranças locais, etc.) na hora de definir o voto. Por isso, elas estariam sempre atrás no processo de definição do voto e apresentariam maiores taxas de indecisão. Dessa forma, a candidatura que conquistasse os homens levaria as mulheres a reboque.

Gráfico 15

Intenções de voto nulo, branco, nenhum e não sabe, no primeiro e segundo turnos, segundo sexo dos eleitores. Brasil – janeiro-outubro de 2010

Fonte: Institutos de Pesquisas Datafolha, Vox Populi, Ibope e Sensus (63 pesquisas de intenções de voto).

Contudo, a análise dos dados e o contexto de desigualdades de gênero no Brasil possibilitam outras interpretações. Em vez de indecisas, as mulheres seriam mais exigêntes e gostariam de conhecer melhor as candidaturas. Da mesma forma que as mulheres são consumidoras mais exigentes e cuidadosas, elas só definem o voto quando são convencidas das qualidades pessoais e programáticas das candidaturas.

Outra interpretação estaria relacionada com a exclusão feminina da política. Neste caso, a recusa em definir o voto com rapidez pode ser entendida como uma reação feminina ao fato de a maioria das mulheres estar alijada dos cargos de direção dos partidos e do governo. Pode ser uma reação também à linguagem da política, que é muito machista e dominada por um discurso falocêntrico, que privilegia a agenda masculina (ALVES, 2005). Desta perspectiva, as mulheres resistem em definir o voto em função do seu alijamento do processo político e da falta de uma liderança que seja capaz de tocar o "coração e a mente" do eleitorado feminino. Ao contrário de indecisas, as mulheres, na realidade, seriam mais exigentes e não seguiriam integralmente o caminho apontado pelos homens. Um exemplo de como as mulheres são alijadas da política pode ser ilustrado pelo baixo número de mulheres nas direções dos partidos e pela pouca divulgação dos temas relacionados às desigualdades de gênero nos programas eleitorais e no cotidiano das práticas políticas. Além disso, os constantes escândalos de corrupção e a má-gestão da coisa pública afastam o interesse das pessoas, em geral, e das mulheres, em particular, com o acompanhamento das ações governamentais e o processo legislativo.

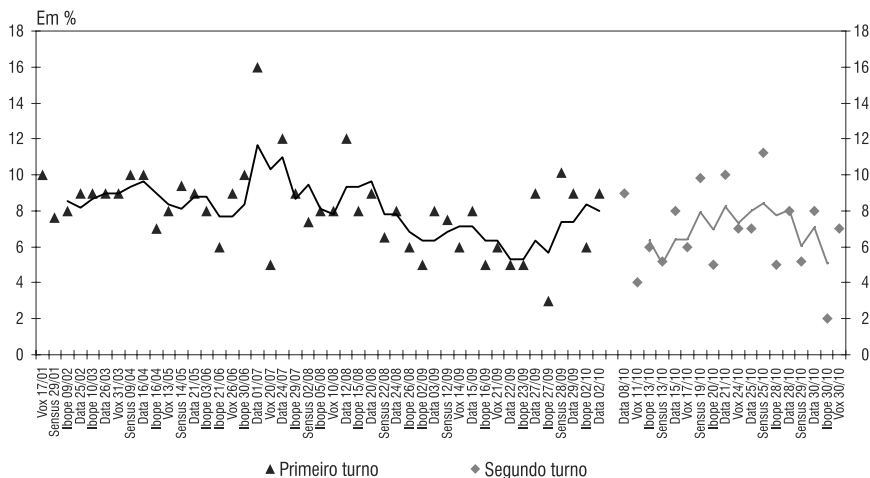
Dessa forma, não é de se surpreender com o fato de as mulheres apresentarem menor interesse na política; esta política tal como é feita hoje no Brasil. De fato, as mulheres são excluídas das instâncias de decisão dos partidos e dos espaços do poder e depois são acusadas de serem eleitoras alienadas da política e incapazes de definir o voto com rapidez e antecedência.

Diferenças nas intenções de voto masculino e feminino e o debate das questões de gênero

Como visto nos dados de intenções de voto, a candidata Dilma Rousseff manteve melhor desempenho no eleitorado masculino do que no feminino. Já José Serra e Marina Silva apresentaram melhor resultado entre as mulheres. Esta diferença foi responsável pela existência do segundo turno nas eleições presidenciais de 2010, da mesma forma como

tinha ocorrido nas eleições de 2002 e 2006 (ALVES, 2010). Contudo, cabe novamente o registro de que a candidata do PT venceu as eleições tanto entre os homens quanto entre as mulheres, mas com uma margem maior entre os primeiros.

O Gráfico 16 mostra que, de janeiro até o começo de agosto, Dilma Rousseff tinha entre 8 e 10 pontos de vantagem entre o eleitorado masculino, em relação às intenções de voto das mulheres. Com o início do horário eleitoral, esta diferença caiu para algo entre 5 e 6 pontos. Mas após o escândalo Erenice, a diferença voltou para a casa dos 8 pontos até o fim do primeiro turno. Já no segundo turno, a diferença de intenções de voto, segundo o sexo do eleitorado, variou de 6 a 10 pontos, mas chegou no final de agosto com algo em torno de 5 a 6 pontos.

Gráfico 16
Diferença de intenções de voto de Dilma Rousseff entre os eleitores masculinos e femininos, segundo turnos. Brasil – janeiro-outubro de 2010

Fonte: Institutos de Pesquisa Datafolha, Vox Populi, Ibope e Sensus (63 pesquisas de intenções de voto).

Uma interpretação apressada destes dados poderia sugerir que as mulheres são mais conservadoras e não votam em candidaturas de esquerda e em candidaturas femininas ("mulher não vota em mulher"). Inglehart (1977) mostra que, no período pós-Segunda Guerra Mundial, existia uma tendência de as mulheres votarem mais à direita do espectro político nos países ocidentais, mas isso mudou à medida que as sociedades foram elevando seus padrões de consumo e bem-estar. Em trabalho mais recente, Inglehart

e Norris (2000) examinam dados de 60 países, a partir da pesquisa World Values Surveys, e mostram uma tendência de as mulheres se moverem à esquerda do espectro político, realinhando politicamente as intenções de voto com o eleitorado masculino.

As eleições de 2010, no Brasil, podem ser classificadas como as eleições mais femininas na história do Brasil. O número de mulheres candidatas a deputadas estaduais e federais bateu todos os recordes históricos. Também não existem indicações de que as mulheres, em bloco, tenham apresentado um voto mais conservador. As duas candidaturas femininas, que concorreram com os sete homens ao cargo de presidente da República, tiveram dois terços dos votos no primeiro turno, mostrando que o eleitorado, em sua maioria, não discrimina as mulheres e que a maior parte do eleitorado feminino votou em uma mulher para a Presidência.

Considerações finais

Em 2010, o Brasil elegeu uma mulher para a Presidência da República. Este fato histórico aconteceu 78 anos após a conquista do direito de voto feminino, em 1932. A chegada de uma mulher no topo do Poder Executivo contrasta com a baixa participação feminina no Poder Legislativo no país. Com a vitória de Dilma Rousseff, o Brasil entrou para o clube dos 17 países que atualmente possuem mulheres presidentas ou primeiras-ministras, ao mesmo tempo em que ocupa uma incômoda 140ª posição no *ranking* mundial de representação feminina nas Câmaras de Deputados.

A chegada de uma mulher na chefia do Palácio do Planalto significa uma inclusão real de gênero, marcando um rompimento com o "clube do bolinha" que caracterizou a galeria dos dirigentes máximos da República. Em termos simbólicos, a vitória de Dilma passa a seguinte mensagem para a população do Brasil e do mundo: "Sim, a mulher pode". As meninas das novas gerações vão perceber que os espaços de poder não são lugares exclusivos do sexo masculino. Uma mulher na Presidência é também uma forma de reconhecimento da importância feminina na sociedade, pois as mulheres são mais de 50% da população e do eleitorado brasileiro, possuem em média maior escolaridade do que os homens, vivem por mais tempo, são maioria na população economicamente ativa com mais de 11 anos de estudo e também entre os beneficiários da previdência social (aposentados + pensionistas) e trabalham mais horas por dia quando se somam o trabalho remunerado e as atividades domésticas não-remuneradas.

Mas a vitória de Dilma Rousseff não foi uma conquista do movimento feminista organizado em termos de entidades independentes e com uma clara proposta política de equidade de gênero. Sua vitória se deu pela posição que ocupou nos dois governos anteriores e pela indicação como candidata do PT, encabeçando uma ampla coligação partidária. O crescimento da candidatura da ex-ministra da Casa Civil foi um processo que se acentuou a partir da desincompatibilização do cargo ministerial, em 31 de março, da desistência da candidatura de Ciro Gomes, no final de abril, da propaganda eleitoral do PT, em 13 de maio, do lançamento oficial da candidatura na convenção do PT, em 13 de junho, da formalização da coligação "Para o Brasil seguir mudando", em final de junho, do início da campanha oficial, em 06 de julho, com a realização de comícios e propagandas pela Internet, e do começo da propaganda eleitoral gratuita no rádio e televisão.

O esforço da campanha de *marketing* foi identificar Dilma Rousseff com o governo federal, que possuía altos índices de aprovação popular. Exatamente por isso, Dilma herdou boa parte do eleitorado do ex-presidente Lula, eleitorado este que sempre foi majoritariamente masculino. Talvez, por este motivo, os coordenadores da candidatura evitaram dar um tom feminista na campanha eleitoral. O fato é que diversos temas de interesse das mulheres e várias bandeiras históricas do movimento feminista foram deixados de lado nas eleições de 2010.

A tática eleitoral da candidata do PT estava apresentando bons resultados até meados de setembro de 2010. As curvas de intenção de voto indicavam uma possível vitória de Dilma Rousseff no primeiro turno. Mas com o escândalo de corrupção envolvendo a ministra da Casa Civil, Erenice Guerra, as curvas se inverteram, com as intenções de voto em Dilma caindo e as de Serra subindo. A polêmica sobre a descriminalização do aborto ganhou força e ajudou a reduzir as intenções de voto da candidatura Dilma. Porém, foi a candidata Marina Silva que mais se beneficiou das mudanças de intenção de voto na última semana antes da votação do primeiro turno. A queda de Dilma e a subida de Marina foram maiores entre o eleitorado feminino. Os dados mostram que foram as mulheres que impossibilitaram uma decisão no primeiro turno.

No começo do segundo turno, Dilma Rousseff apresentava boa dianteira entre o eleitorado masculino e estava tecnicamente empatada com José Serra no eleitorado feminino. Mas, durante outubro, prevaleceu a maior força eleitoral da coligação "Para o Brasil seguir mudando" e as intenções de voto, no final de daquele mês, já mostravam uma vitória de

Dilma Rousseff no eleitorado de ambos os sexos, mas com predomínio entre os homens.

Mesmo havendo duas mulheres disputando a Presidência da República, a discussão de gênero não fez parte dos assuntos prinicipais da campanha, muito menos a pauta feminista esteve presente. Porém, em seu discurso de vitória (31/10/2010), Dilma disse que, enquanto presidenta, vai “honrar as mulheres brasileiras” e lutar pela “igualdade de oportundidades” para ambos os sexos. Para a formação do novo governo, ela disse que gostaria de ter um gabinete ministerial com 30% de mulheres. Mas a vontade de Dilma não foi suficiente para indicar 11 ministras. A pressão dos partidos para indicar lideranças partidárias (quase sempre homens) reduziu o espaço potencial das mulheres. Dos 37 ministros do governo Dilma que tomaram posse no dia 01 de janeiro de 2011, nove eram mulheres (representando 24% do gabinete total).

Desta forma, o ano de 2011 começa com avanços importantes. Mas, para romper com a exclusão da mulher nos espaços de poder, um passo decisivo será dado durante a reforma política que se pretende implementar durante o corrente ano. A comissão de reforma política do Senado aprovou a adoção de cotas para mulheres nas eleições, estabelecendo que 50% das vagas nas eleições proporcionais (para deputados e vereadores) sejam destinadas às mulheres, com alternância entre um homem e uma mulher nas listas fechadas de candidatos. Se o percentual feminino não for cumprido, a proposta prevê que a lista seja indeferida pela Justiça Eleitoral.

A presença de uma mulher na Presidência da República, a formação de um ministério com número recorde de mulheres (embora ainda longe da paridade) e uma reforma política que garanta igualdade de oportunidades para ambos os sexo podem configurar uma situação inédita rumo a relações de gênero mais igualitárias na política brasileira. Entretanto, não se pode omitir o fato de que continuam existindo muitas pressões para se manter tanto a tradicional divisão sexual e social do trabalho quanto as aspirações femininas dentro do figurino tradicional de esposa e mãe. Neste sentido, as conquistas alcançadas até o momento devem ser encaradas como passos iniciais rumo à desejável emancipação feminina e ao pleno empoderamento das mulheres.

Referências

ALVES, J. E. D. Gênero e linguagem na cultura brasileira: elementos para reflexão sobre uma diferença In: LOYOLA, M. A. **Bioética, reprodução e gênero na sociedade contemporânea**. 1 ed. Rio de Janeiro/Brasília: Abep/Letras Livres, 2005, v.1, p. 233-256.

________. Mulheres jogam as eleições para o segundo turno em 2010. **O Pensador Selvagem**, Florianópolis, 03/10/2010.

________. As eleições municipais de 2004 e o bipartidarismo de coalizão. **Textos para Discussão**. Escola Nacional de Ciências Estatísticas, v. 23, p.1-58, 2007.

BACHELET, M. **Biografias**. 2011. Disponível em: <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/b/bachelet.htm>.

BACELAR, T. Nordeste foi a região mais beneficiada no governo Lula. Entrevista. **Bahia Econômica**, Salvador, Ceplan – Consultoria Econômica e Planejamento, 2/11/2009.

COIMBRA, M. Mudar ou continuar. **Correio Braziliense**, Brasília, 30/06/2010.

GUIMARÃES, J. Dilma ainda lá! **Carta Capital**, São Paulo, 13/10/2010.

INGLEHART, R. **The silent revolution**: changing values and political styles among western publics. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1977.

INGLEHART, R.; NORRIS, P. The developmental theory of the gender gap: women's and men's voting behavior in global perspective. **International Political Science Review**, v. 21, n. 4, p. 441-463, Oct. 2000.

LIMONGI, F.; CORTEZ, R. As eleições de 2010 e o quadro partidário. **Novos Estudos**, São Paulo, Cebrap, n. 88, nov. 2010.

MELO, C. R. Estabilidade e mudanças. **Teoria e Debate**, São Paulo, Fundação Perseu Abramo, n. 90, nov./dez. 2010.

SINGER, A. Raízes sociais e ideológicas do lulismo. **Novos Estudos**, São Paulo, Cebrap, edição 85, dez. 2009, Disponível em: <http://novosestudos.uol.com.br/acervo/acervo_artigo.asp?idMateria=1356>.

SANTANA, J. Entrevista. **Folha de S. Paulo**, 07/11/2010.

STARLING, S. Elas continuam sendo objeto de manipulação eleitoral. **O Tempo**, 18/08/2010. Disponível em: <http://www.otempo.com.br/otempo/colunas/?IdColunaEdicao=12601>.

VICENTE, T. Não basta ser mulher. **Caros Amigos**, 18/06/2010. Disponível em: <http://carosamigos.terra.com.br/index_site.php?pag=materia&id=219>.

Dilemas do conservadorismo político e do tradicionalismo de gênero no processo eleitoral de 2010: o eleitorado brasileiro e suas percepções*

Marlise Matos**
Marina Brito Pinheiro***

Seria possível afirmar que o eleitorado brasileiro tem percepções conservadoras politicamente e também tradicionais no que tange às relações de gênero? Este tipo de percepção e de valores tem afetado nossa dinâmica político-eleitoral? Como? Quais são as principais variáveis que condicionam estes tipos de percepção em nosso país? Conservadorismo político e tradicionalismo de gênero são ainda elementos valorativos/morais importantes nas percepções dos/as eleitores/as brasileiros/as? O debate a respeito dos processos em curso de destradicionalização e modernização societária e política ao redor do mundo (HEELAS; LASH, 1996; LUKE, 1996; ADAM, 1996), que também têm incidência na sociedade brasileira, é portanto o pano de fundo das considerações deste trabalho.

A partir do *survey* com uma amostra de 2.002 eleitores brasileiros, realizado em outubro de 2010 no âmbito do Consórcio Bertha Lutz (CBL), construiu-se um conjunto de indicadores sobre conservadorismo político, confiança em instituições e na democracia, além de indicadores que visaram mensurar aspectos e dimensões do tradicionalismo de gênero e raça

* Agradecemos a colaboração e o prestimoso trabalho dos dois bolsistas de graduação em Ciências Sociais, Matheus Soares Cherem (UFMG) e Tais de Paula Barbosa (UFMG), que estiveram diretamente vinculados a este Projeto; sem sua efetiva contribuição não teríamos conseguido concluir este trabalho.

** Professora adjunta do Departamento de Ciência Política da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG, coordenadora do Núcleo de Estudos e Pesquisas sobre a Mulher e do Centro do Interesse Feminista e de Gênero da UFMG.

*** Doutoranda e pesquisadora do Núcleo de Estudos e Pesquisas sobre a Mulher e do Centro do Interesse Feminista e de Gênero da Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG.

nos espaços públicos e privados no Brasil. O presente trabalho pretende, a partir dessas informações, encontrar algumas respostas às importantes indagações anteriores.

As eleições presidenciais de 2010 no Brasil, é inegável, tiveram um contorno muito peculiar nos dois sentidos valorativos/normativos que os indicadores aqui construídos procuram mensurar, os quais podem funcionar como categorias explicativas importantes de parte dos desdobramentos presenciados, sobretudo no segundo turno, que, apesar de um contexto normativo muito adverso, como será exemplificado nos indicadores, culminaram na eleição da primeira mulher presidenta do Brasil.

Após o processo de democratização brasileira, que vem se consolidando desde 1985, a primeira década deste início de século trouxe aos eleitores de nosso país a "novidade" das disputas que giram em torno das questões de gênero, raça/etnia e sexualidade, que vêm, muito recentemente, ganhando centralidade pública sem paralelo na história brasileira. A criação das Secretarias especiais, a exemplo da Secretaria de Políticas para as Mulheres (SPM), em 2003, possibilitou, no plano federal, que tais questões fossem alçadas ao nível ministerial e passassem a estar presentes, de forma mais explícita, no cerne das políticas públicas. A realização das duas Conferências Nacionais de Políticas para as Mulheres mobilizou centenas de milhares de brasileiras interessadas em mudar o quadro de desigualdades e de exclusão societária, sendo que a última delas, em especial, dedicou-se às reflexões sobre a situação feminina brasileira no que tange à ocupação efetiva dos espaços de poder na política institucional. A própria divulgação de um Edital para apresentação de "propostas para a implementação de projeto de pesquisa sobre a participação das mulheres no processo eleitoral de 2010" constituiu um grande avanço para a compreensão das relações de gênero e política no país, particularmente no que se refere ao processo de empoderamento e de disputa, entre os sexos, pelos espaços de decisão da política. Este artigo e a pesquisa que lhe dá origem são resultados deste longo processo, ainda não consolidado, de conquistas.

Em linhas gerais, o Consórcio Bertha Lutz tem um núcleo formado por pesquisadores/as de comprovada atuação na área de análise de gênero e política, com representatividade nos maiores Estados brasileiros e nas principais regiões do país. O objetivo central da proposta do CBL foi pesquisar a participação das mulheres (e dos homens) no processo eleitoral de 2010, numa perspectiva de gênero. No Eixo 1 deste Consórcio, relacionado ao comportamento e às tendências do eleitorado brasileiro, foi realizado,

a partir de análises de caráter quantitativo e qualitativo, um *survey* de opinião, bem como foram constituídos grupos focais que acompanharam o processo eleitoral de 2010.

No presente trabalho, serão utilizados apenas os dados coletados no *survey*, que pretendia buscar um amplo entendimento sobre a opinião pública e as percepções do eleitorado, explorando questões de cunho valorativo (em suas dimensões com os temas de gênero e, em menor medida, raça e sexualidade), cultural e institucional, mas com foco principalmente cultural, já que se almejava entender, em cada perfil sociodemográfico do eleitorado, não só suas opiniões, valores e intenção de voto, mas, sobretudo, se e como estes elementos estariam efetivamente articulados entre si. Todo o eixo visava um estudo abrangente e sistemático sobre as percepções do eleitorado, visando obter um conjunto unificado de respostas que incluam variáveis sobre valores tradicionais da formação política brasileira, percepções sobre o enraizamento do processo recente de democratização, bem como conhecimentos e habilidades cívicas, predisposições e atitudes em relação à participação e associativismo, crenças e valores sobre instituições (em especial a democracia) e as intenções de voto.

Este estudo inicia-se com a contextualização teórica dos temas de fundo das análises aqui empreendidas, ou seja, destradicionalização e modernização societária no Brasil. Passa-se, depois, a dar enfoque mais específico aos dilemas de percepção normativo-moral que, com frequência, estão associados às dimensões tanto do conservadorismo político quanto do tradicionalismo de gênero.

Após tal discussão teórica, segue-se uma brevíssima apresentação metodológica que explana as principais estratégias e decisões que foram tomadas para a construção, a partir das respostas do eleitorado brasileiro à pesquisa, dos vários indicadores e índices apresentados neste trabalho, que serviram para mensurar o conservadorismo político e o tradicionalismo de gênero, raça e sexualidade. Em seguida, são apresentados, de modo muito sintético, os principais resultados e tecidas as considerações finais. De modo geral, pode-se afirmar que há uma convergência entre os resultados aqui alcançados e alguns aspectos do que foi experimentado no processo eleitoral de 2010, especialmente no segundo turno. De certa maneira, o *survey* funcionou bem como um termômetro neste sentido e conseguiu mensurar determinadas dimensões morais e valorativas do eleitorado brasileiro, que vieram à tona nos debates públicos na época e que continuam sendo experimentadas na esfera pública do país.

Teorias da destradicionalização e modernização societária

Este trabalho parte da constatação da existência de um processo em curso de destradicionalização societária (HEELAS; LASH, 1996), inclusive no Brasil – o foco dessa investigação –, que envolve uma mudança do lugar da autoridade "de fora" para "dentro" e refere-se ao declínio da crença em uma ordem natural e preestabelecida sobre as coisas. Seriam os sujeitos quem passariam a ser chamados a exercer a sua autoridade em face da desordem e da contingência da "modernidade reflexiva" ou tardia (GIDDENS; BECK; LASH, 1995).

Entre os muitos autores que elaboram considerações a respeito destas transformações, é possível identificar a experiência de duas grandes teses. A primeira, que insiste em destacar a presença do fim da tradição, trata-se de uma tese "triunfalista" e/ou "radical", em que os principais interlocutores que defendem esta posição (THOMPSON, 1996; PICCONE, 1993; GIDDENS, 1991) vão relevar a chamada condição "pós-moderna" que suplantaria e estaria baseada na erosão da tradição. Tratar-se-ia de uma mudança radical sem precedentes em relação a transformações de outras eras, em que a destradicionalização envolveria uma substituição das vozes externas e supraindividuais de autoridade, controle e destino, por vozes internas, subjetivas. Tais autores destacam a transição em curso e elencam algumas características societárias que estariam sendo fortemente transformadas e/ou substituídas, tais como: um ambiente societário mais fechado (frio, repetitivo, ritualizado) que seria substituído por outro mais aberto (experimental, revisável); um tipo de percepção da ordem como algo relacionado ao destino (pré-ordenado) por oposição à sua conversão numa situação de escolha (reflexividade); a ênfase recaída também sobre processos movidos pelas necessidades que seriam substituídos pela contingência; um padrão de experiência social movido pela certeza que viria a ser substituído por outro cujo caráter é de incerteza; a experiência da segurança sendo substituída pela de risco; a experimentação de uma cultura diferenciada (organizada) que estaria sendo substituída por uma espécie de cultura "*differrida*" (desorganizada e sem um único centro); de uma ênfase sobre o *self* para a sensibilidade de um permanente descentramento do sujeito; a passagem de uma ótica política das virtudes para outra vocalizada pelas preferências.

Nesta tese, as culturas tradicionais seriam percebidas e interpretadas como dominadas pelo "destino", envolvidas, excluindo as possibilidades de "escolhas" efetivamente subjetivas. Trata-se, pois, da ênfase sobre uma

ordem comunal/coletiva/heterônoma/sociocentrada para a experiência de uma ordem individual/subjetiva/autônoma/centrada na reflexividade dos sujeitos: são eles que precisam selecionar e escolher entre vozes morais e estéticas/estilísticas diferenciadas (o papel do social/cultural é reduzido a favor da construção dos próprios padrões de boa vida).

A segunda tese preconiza, por sua vez, um movimento dinâmico de coexistência entre tradição e destradicionalização (manutenção da tradição, re-tradicionalização e construção de novas tradições). Representam esta corrente autores como Luke (1996) e Adam (1996), que tentam assinalar que aquilo que estaríamos experimentando seria um movimento de competição, disputa, interpenetração e interjogo de processos complexos de manutenção das tradições, reinvenção e reconstrução destas, por meio de mudanças trazidas pelas complexidades multivocais dos nossos tempos. As pessoas viveriam, assim, em tensão permanente, afetadas por conflitos entre vozes externas de autoridade (religiosas, culturais, etc.) e outras vozes que emanam de seus próprios desejos, expectativas e aspirações pessoais. Desta forma, a tradição passa a ser compreendida como aberta aos processos de agência humana, sendo, pois, permanentemente reconstruída, reinterpretada, reinventada. As culturas destradicionalizadas existentes seriam percebidas e interpretadas como contingentes e não excluiriam as possibilidades de "escolhas" subjetivas, mas não seriam interpretadas como resultado sistemático do colapso das vozes socioculturais de autoridade. Na prática, apesar da linguagem da autonomia e da escolha, seríamos todos controlados por rotinas, regras, procedimentos, regulações, leis, escalas, costumes, etc. Desta maneira, os tempos que estaríamos vivendo seriam de mistura de várias trajetórias possíveis, algumas mais informadas pela tradição, outras por processos mais individualizantes.

Modernidade, conservadorismo político e tradicionalismo de gênero, sexualidade e raça no Brasil

Este trabalho parte igualmente de um segundo pressuposto teórico: o de que a sociedade brasileira é, em muitos aspectos, ainda bastante tradicional e conservadora, mas em processo de destradicionalização/modernização. Adota-se, aqui, a perspectiva da segunda tese apresentada anteriormente: a da coexistência entre processos de transformação na tradição e suas formas de manutenção. Neste sentido, entende-se que existiria uma relação direta entre processos de "modernização" e "des-

tradicionalização", acrescentando-se que a modernização do Brasil seria ainda um processo incompleto, e não apenas um processo abortado ou fracassado, como afirmam — ou afirmavam — muitos analistas. Entende-se a modernização, então, como destradicionalização; um processo de transição de valores e práticas experimentados como tradicionais para valores e práticas que podem ser tratados como modernos. De um modo muito resumido, é possível afirmar que os elementos tradicionais podem e devem se expressar em duas arenas político-sociais que serão aqui tratadas: a arena político-institucional e político-eleitoral (na qual este estudo identificará as bases do conservadorismo político e de confiança – ou não – nas nossas instituições); e a arena das relações de gênero, raça e sexualidade (em que serão identificados processos e percepções de tradicionalismo de gênero nos espaços público e privado e também na política formal).

A modernidade é aqui identificada certamente com o tipo de capitalismo avançado que prevalece nos países capitalistas desenvolvidos, os quais, apesar de seus problemas, representam um modelo para os países em desenvolvimento e para os antigos países socialistas estatizantes. Nestes termos, uma sociedade será "moderna" quando: no campo econômico, existir, via mercado, uma alocação de recursos razoavelmente eficiente, sendo esta dinâmica em termos tecnológicos; no campo social, a desigualdade econômica não for excessiva e não houver a tendência em curso de que ela viesse a aumentar; e, no campo político, a democracia for percebida como sólida, havendo confiança nas instituições democráticas, a corrupção estiver minimamente sob controle e os cidadãos apresentarem versões e valores progressistas em relação ao seu próprio futuro.

Uma sociedade moderna não é apenas aquela que não é tradicional, que não é particularista/privatista, que não é guiada por privilégios e patrimônio, que não é dominada por uma oligarquia aristocrática, barões ou burocratas saqueadores; ou seja, de uma forma muito simples: precisa ser uma sociedade que tenha um caráter igualitário. Como observa Touraine (1992, p. 239 e 374), a modernidade – destradicionalizante – pode também ser definida em termos positivos. Uma sociedade moderna e destradicionalizada é uma sociedade democrática, justa, equânime e igualitária, na qual os atores e as atrizes sociais podem viver em liberdade e autonomia, livres de arraigados preconceitos e discriminações, desde que sejam capazes de internalizar os direitos coletivos e pessoais, de respeitar e valorizar como um bem coletivo a pluralidade de interesses e

de ideias e de assumir suas responsabilidades políticas como cidadãos e cidadãs.

O *conservadorismo político* refere-se a uma tendência ideológica e a um tipo de percepção/sensibilidade/visão de mundo que pode variar grandemente: desde o apoliticismo e a rejeição a qualquer prática reivindicatória (apatia política) até a aprovação expressa de comportamentos, atitudes e percepções que não apenas são extremamente rejeitadores de qualquer mudança na arena do *status quo,* mas também incitariam a discriminação, a intolerância e o preconceito contra alternativas de mudança ou contra experiências da diferença. Na forma como o mesmo será interpretado neste trabalho, sua definição incluirá algumas referências a formas de percepção bem específicas, quais sejam: em uma dimensão negativa de tal sensibilidade, foram elaborados indicadores que mensuram percepções políticas antidemocráticas e ultraconservadoras, bem como percepções e opiniões que indiquem maior tolerância à corrupção; em uma dimensão mais afirmativa, foram construídos indicadores sobre preferência pela democracia, grau de confiança nas instituições e grau de confiança e de valoração das mulheres na política.

No que se refere à relação direta entre "modernização" e "destradicionalização" numa arena política, significaria dizer que esta última poderia impelir atores (e, portanto, também instituições) sociais à adesão valorativa a determinado conjunto de pressupostos modernizantes que têm relação direta e imediata com uma sensibilidade orientada por princípios democratizantes e democráticos, ou seja, de maior respeito e confiança nas pessoas e nas instituições, de rejeição às práticas de corrupção e às percepções antiautoritárias, assim como na direção da construção de nova sensibilidade sociocultural igualitária. Por este motivo pretende-se contrabalancear aspectos negativos com positivos dentro de um mesmo contexto de conservadorismo ao qual se atribuiu o adjetivo "político".

Na Ciência Política, de modo geral, o conservadorismo é identificado às ideias e atitudes que visam a manutenção do *status quo* e do presente sistema político, contrapondo-se às forças inovadoras. O pensamento conservador, em suas origens, expressa a alternativa aos avanços promovidos por certa percepção da modernidade, especialmente ao(s) pensamento(s) progressista(s), que pode(m) variar no tempo e no seu conteúdo. As posições político-ideológico-filosóficas alinhadas com dinâmicas do conservadorismo, em geral, se ancoram em uma perspectiva que se contrapõe às mudanças abruptas (ou mesmo lentas) de determinado marco econômico e político-institucional, ou no sistema de crenças, valo-

res, usos e costumes de uma sociedade. Grupos conservadores não se opõem a qualquer mudança, mas apenas àquelas que são fruto possível de revoluções e de transformações no encabeçamento do poder, na posição de domínio/dominação e que venham a ameaçar a ordem política e social hegemonicamente controlada. Pode-se elencar, inclusive, uma tipificação já reconhecida (mas não utilizada neste trabalho) entre conservadores liberais (com forte inclinação aos valores individuais, típicos dos países anglo-saxãos), conservadores sociais (com inclinação aos valores religiosos, defendidos por católicos tradicionalistas e protestantes históricos, como os presbiterianos) e conservadores nacionais (mais propensos aos valores culturais de determinado Estado-nação, comum na Europa continental), por exemplo.

Em sociedades em processos múltiplos e complexos de transformação e com forte herança ibérica – autoritária e patrimonial –, como é o caso do Brasil e de muitos países latino-americanos, está em aberto a preferência das pessoas por um regime democrático ou não-democrático. A distinção entre *ser conservador* (resumidamente, colocar a ordem acima da justiça e da igualdade) e *ser progressista* (que significa desejar arriscar a ordem em nome da justiça e da igualdade com respeito às diferenças, também de modo bem sintético) é aqui muito importante. Se modernidade destradicionalizada, no Brasil, também precisa significar maior adesão dos cidadãos à democracia (primazia das liberdades e da eficiência, além de uma efetiva preocupação e atenção à equidade social), é possível identificar a existência de, ao menos, dois "tipos" de conservadores: os "radicais" e os "moderados". Os primeiros seriam aqueles que não querem nenhuma mudança e permanecem autoritários, ultraconservadores, enquanto os "moderados" aceitariam "negociar" em alguma medida, pois reconhecem determinados avanços e os toleram, desde que efetivamente não ameacem sua posição tradicional.

Tendo em vista que as pessoas "podem imputar uma multiplicidade de significados à democracia" (ROSE, 2003, p. 04), procurou-se construir indicadores que fossem sensíveis a uma matriz multidimensional de valores e sensibilidade políticos associados, desta vez, à avaliação da democracia/autoritarismo, à tolerância à corrupção e à confiança nas nossas instituições. Além disso, avaliar se os/as cidadãos/ãs se percebem como democratas exige, ainda, questionar sobre a natureza desta percepção no que tange também às nossas instituições. Isto porque, assim como Rose (2003), entendemos que o endosso procedimental aos ideais democráticos seria necessário, mas não suficiente para estabelecer e aprofundar em

definitivo um regime democrático.[1] E, como nos afirmam Paiva, Souza e Lopes (2004, p. 370-371):

> Existe um amplo debate no âmbito da Ciência Política acerca da relação entre cultura política e instituições, qual seja: o que melhor explica a democracia, o arranjo político-institucional ou a cultura política? A resposta a esta indagação contrapõe duas abordagens que poderíamos denominar procedimental ou não culturalista, quando se enfatiza o desenho institucional, e normativa ou culturalista, quando enfatiza o papel da cultura democrática e valoriza a relação entre os conteúdos e resultantes das decisões políticas. Esta abordagem propõe discutir qual o modelo de sociedade pretendido, com uma perspectiva mais substantiva do significado da democracia, que não seria apenas a resultante da engenharia institucional. A existência de uma cultura democrática seria fundamental para seu surgimento e manutenção.

Assim, pode-se afirmar que os teóricos institucionalistas e aqueles que valorizam apenas a dimensão da cultura política tendem a negligenciar o fato de que tanto o que as pessoas pensam ou percebem da realidade (especialmente sobre a atuação das mulheres na política, o objetivo final desta pesquisa), quanto a presença ou a confiança nas instituições existentes e suas atitudes de (in)tolerância com fenômenos como a corrupção são fatores determinantes e complexos de uma visão de mundo democrática ou conservadora politicamente. Reforça-se, pois, o argumento de que existiria uma relação de fortalecimento recíproco entre instituições democráticas e a nossa cultura política. E ainda, de acordo com Moisés (1995, p. 97), “a cultura política é insuficiente per se para gerar as condições necessárias à emergência do regime democrático, isso não autoriza a considerá-la desnecessária ao processo de sua consolidação”. Também importa destacar que seria igualmente significativo avaliar padrões de confiança nas

---

[1] Inclusive porque, para os efeitos das delimitações conceituais aqui, a “democracia” não significa a exclusividade de sua aparência ou apresentação “procedimental”: regras e procedimentos eleitorais e rotineiros. Segundo Dewey (1927), seria possível tratar a democracia a partir, pelo menos, de duas grandes “entradas”. A primeira (e mais convencionalizada na ciência política) a entende desta primeira forma: como *sistema político ou de governo* (esta seria a *democracia política*), e na segunda, ele tenta resgatar a “ideia de democracia”, ou seja, seu entendimento num sentido mais ampliado, como um “modo de vida”. Neste último sentido – social, moral, ético –, a democracia passaria a ser compreendida como uma ideia social, retomando uma compreensão ampliada e mais plena de entendimento da democracia. Nesse mesmo diapasão, o autor ressalta que as instituições concretas e modernas da democracia vieram para satisfazer as demandas concretas da democracia como “sistema ou governo” e não a “ideia de democracia”. Arranjos políticos e instituições governamentais seriam apenas mecanismos destinados a assegurar aspectos muito específicos de operacionalização da “ideia de democracia”. Foi por este motivo também que incluímos neste trabalho a discussão de indicadores de tradicionalismo nas relações de gênero, raça e sexualidade: por entender que a democracia também precisa se expressar no âmago das nossas relações sociais e políticas corriqueiras, cotidianas.

instituições democráticas e o papel possível a ser desempenhado pela metade excluída da nossa população neste processo – as mulheres –, para se observar, assim, o grau de apoio efetivo do eleitorado brasileiro a uma forma de democracia que seja minimamente inclusiva e cidadã. Tais padrões, por sua vez, se pretendemos alargar o próprio conceito de democracia, precisam incluir, no mínimo, padrões de percepção avaliativos sobre as dimensões de gênero, raça e sexualidade, no caso do Brasil (e este é um pressuposto importante deste trabalho).

Neste sentido, a "ideia de democracia" em Dewey (1927), a "natureza da ideia democrática", deveria ser realizada nas nossas relações cotidianas (e mesmo íntimas), nas famílias, escolas, religiões, empresas, etc., ou seja, nas várias formas existentes e em formação de associação humana. Tal noção precisaria encontrar, por sua vez, as regras e procedimentos políticos necessários para, a partir deles, continuar a funcionar, mas ela estaria para além destes. Estes últimos, portanto, são mutáveis, renováveis, sujeitos às críticas e às transformações; mas a "ideia" seria, em termos valorativos e morais, algo mais perene, porém constante e profundo, remetida a um problema propriamente moral, cívico e intelectual e não necessariamente apenas político: o de alcançar as condições necessárias para que *o público* se reconheça criticamente e seja capaz de expressar autonomamente seus próprios interesses. A "ideia de democracia"[2] é o elemento motor que condicionaria e despertaria então os meios pelos quais todo *o público* poderia vir a funcionar/agir democraticamente. Os grupos/associações precisariam ser livres de processos arraigados de opressão e libertadores o suficiente para despertar as potencialidades de seus membros, e "uma vez que todo indivíduo é membro de vários grupos, esta especificação só pode ser cumprida se grupos diferentes interagirem flexível e plenamente em conexão com outros grupos. (...) Um bom cidadão considera a sua conduta como membro de um grupo político enriquecedor e enriquecido pela sua participação na vida familiar, no trabalho e nas associações científicas e artísticas" (DEWEY, 1927, p. 147).

Voltando, então, as atenções para as relações das dimensões gênero, raça e sexualidade – o campo crítico-emancipatório das relações de gênero (MATOS, 2008) –, entende-se "gênero", aqui, como um campo estruturado e estruturante, uma construção social e política que determina relações entre os homens e as mulheres, mas certamente não numa perspectiva unidirecional: da exclusividade da dominação patriarcal (dos homens sobre

[2] Ver pé de página anterior.

as mulheres). Quando se mencionam as relações de gênero tradicionais, geralmente são imaginadas relações assimétricas, verticalizadas e hierárquicas de poder entre homens e mulheres, em que "o" homem domina e "a" mulher é subalternizada. O melhor exemplo de uma típica relação neste formato é o próprio patriarcado que assenta suas bases na dominação e na hegemonia social e política estabelecida e cristalizada como tradicionalmente masculina. As relações de gênero destradicionalizadas, por sua vez, apresentariam uma miríade de outras possíveis formas de interação ético-político-sociais, em que predominariam, então, a presença e a sensibilidade/valoração de relações desta vez mais horizontalizadas, simétricas, democráticas e igualitárias entre os gêneros, raças e distintas expressões da sexualidade.

Os estereótipos ou estigmas relacionados a estas dimensões seriam, assim, uma manifestação do tradicionalismo de gênero, raça e sexualidade e estariam referidos a um conjunto muito arraigado de crenças sobre os atributos pessoais "mais adequados" social, política e culturalmente a homens e mulheres, brancos e negros, homo e heterossexuais, sejam estas crenças individuais ou compartilhadas. Geralmente, os estereótipos e estigmas são fortemente associados a relações vividas, experimentadas de um modo historicamente tradicional. Neste trabalho, tradicionalismo de gênero, raça e sexualidade refere-se à presença de padrões de percepção e de sensibilidade moral e ética – portanto normativos, valorativos –, de caráter fortemente tradicional em relação às interações no âmbito do sistema de relações de gênero, de raça e de sexualidade em nosso país. Os padrões de tradicionalismo de gênero, por sua vez, são entendidos como fenômenos que costumam ser operados por aquilo que a literatura pertinente já cunhou como "masculinidades hegemônicas" (CONNEL, 1995),[3] em oposição às "feminilidades subalternas". No escopo de um modelo binário, tal polaridade tradicional se expressa entre a mulher/cuidadora, dona-de-casa, afetiva, subjetiva e também social e culturalmente responsável pelos filhos e pela união da família, em oposição e contraste ao homem/provedor, chefe da casa, financeiramente responsável pela família, sendo que a mesma leitura pode ser desdobrada para os eixos de raça e sexualidade. Este *script* ou roteiro tradicional tem o poder cognitiva e

[3] É possível encontrar autores que constroem argumentações a partir do eixo do seguinte outro binarismo (por complemento ou suplemento à oposição clássica entre masculino e feminino): trata-se da discussão estabelecida entre *masculinidade hegemônica* por oposição à *masculinidade subordinada ou subalterna* (CONNEL, 1995).

emocionalmente importante de estabilizar, orientar e nortear ações práticas no mundo, bem como construir sentidos que orientam tais ações.

Permanece, contudo, ainda em aberto no país o que seriam aqueles padrões de interação e de sociabilidade de gênero alternativos e/ou mais destradicionalizados em relação a este modelo. Parece claro que estes estão em construção. Do ponto de vista das relações afetivo-sexuais, em outro momento, já foram feitas considerações substantivas sobre as "reinvenções dos vínculos amorosos" (MATOS, 2000) que recortam experiências claras desta natureza, assim como sobre o tema das "masculinidades contra-hegemônicas ou destradicionalizadas" (MATOS, 1999). Além disso, este processo em construção tem como poderosos aliados os movimentos organizados de mulheres e, sobretudo, os movimentos feministas. Nestes espaços vêm sendo reconstruídas formas de sociabilidade e de cooperação solidárias entre mulheres e entre mulheres e homens, assim como entre diferentes movimentos sociais. Em artigo mais recente (MATOS, 2010), indicou-se, justamente, a possibilidade de se considerar que os feminismos no Brasil estariam experimentando uma "quarta onda", sendo que uma de suas mais recentes e principais características é a construção de circuitos de difusão feministas operados a partir de distintas correntes horizontais de feminismos – negro, acadêmico, lésbico, masculino, etc. – e entre diferentes movimentos sociais. Neste sentido:

> Se erigindo como algo que pode ser descrito como um movimento multinodal de mulheres ou a partir de diferentes "comunidades de políticas de gênero" (como tem sido mais comum se referir no Brasil), o feminismo, em parte significativa dos países da região latino-americana, na atualidade, não só foi transversalizado – estendendo-se verticalmente por meio de diferentes níveis do governo, atravessando a maior parte do espectro político e engajando-se em uma variedade de arenas políticas aos níveis nacionais e internacionais –, mas também se estendeu horizontalmente, fluiu horizontalmente ao longo de uma larga gama de classes sociais, de movimentos que se mobilizam pela livre expressão de experiências sexuais diversas e também no meio de comunidades étnico-raciais e rurais inesperadas, bem como de múltiplos espaços sociais e culturais, inclusive em movimentos sociais paralelos (MATOS, 2010, p. 85).

Para mensurar as dimensões do tradicionalismo e da destradicionalização nas relações de gênero, foram construídos indicadores que buscassem captar as percepções do eleitorado brasileiro sobre o lugar de mulheres e homens nos espaços públicos (especialmente na política e no mundo do trabalho) e nos privados (sobretudo no cuidado da família e filhos), bem

como as percepções sobre o lugar de mulheres e homens no âmbito específico da política institucional.

No que se refere à organização hierarquizada nas relações etnorraciais, é crucial demarcar que o racismo é entendido como um fenômeno de longa duração, sustentado ainda na modernidade e que objetiva compreender a durabilidade da raça como um conceito social que independe do fundamento racionalista das ciências biológicas. A persistência da ideia de raça se vale de muitos dos valores e dos argumentos religiosos, biológicos, culturalistas e nacionalistas, que, muitas vezes, estão fortemente entrelaçados. Neste sentido, assim como ocorre com as relações de gênero, nas relações etnorraciais, está presente o *script* ou roteiro tradicional que se enraizou inequivocamente no Brasil a partir das relações de escravidão e exploração entre senhores/as e escravos/as, largamente conhecidas e praticadas em diversos tempos e espaços, que encontravam justificação no direito de conquista – a escravização dos vencidos numa guerra – ou na religião – direito de escravizar pessoas fora do seu grupo religioso, por meio das guerras contra os "bárbaros" ou "infiéis". A escravidão no Brasil colocou negros e negras numa condição evidente de opressão que, mesmo após a abolição, ainda se evidencia nas relações totalmente assimétricas e hierárquicas vividas por brancos/as e negros/as no país. Também buscou-se mensurar as percepções dos eleitores relativas a uma forma difusa de discriminação de gênero e raça e, mais especificamente, a discriminação racial focada em aspectos cognitivos.

Já a discussão sobre sexualidade será aqui muito breve. É comum acreditarmos que o corpo – e, por extensão, a sexualidade – é o que temos de mais "natural", mais próprio. Comumente este surge como uma fonte da nossa identidade e passamos a alinhar o mundo a partir de um binarismo que reproduz pessoas de um sexo ou de outro. Contudo, para as referências deste trabalho, a sexualidade, ao contrário do que se pensa, não é uma questão de "instintos" biológicos dominados pela natureza ou apenas de impulsos, pulsões, genes ou hormônios. Também não pode ser resumida às possibilidades corporais de vivenciar prazer/desprazer e afeto (amor e ódio). Ela é, antes de qualquer coisa, uma construção que, por sua vez, envolve processos múltiplos, contínuos, complexos e não lineares de aprendizado e reflexão, por meio dos quais podemos elaborar a percepção de quem somos. Esse é um processo que se desdobra em meio a condições históricas, sociais e culturais específicas. Nascemos dotadas e dotados de determinadas capacidades biológicas e o que for para além disso vai sendo construído e se transformando ao longo da vida

(e é assim que as mais variadas expressões da sexualidade humana se apresentam). Contudo, da mesma forma como acontece para gênero e raça, nossas sociedades constroem determinados estereótipos e padrões para disciplinar a sexualidade. Assim surgiu a heteronormatividade que está na base da nossa ordem social. É ela que prescreve como meninas e meninos são criadas/os e educadas/os; ela está no controle a que todas as pessoas são sujeitas no que diz respeito à sua identificação como homem ou como mulher. Enquanto as disposições coerentes em relação ao que é esperado dos gêneros masculino e feminino são estimuladas e celebradas em meninos/as e adolescentes, as expressões divergentes desse padrão, assim como as amostras de afeto ou atração por pessoas do "mesmo sexo", são corrigidas. As homossexualidades e as demais expressões da sexualidade são, a partir deste "padrão" normativo, recorrentemente tratadas como "desviantes", "perversões", "doenças", ou, no mínimo, "problemas". E assim, a nossa ordem institucional está organizada para negar a possibilidade de se viver em liberdade qualquer sexualidade fora da norma heterossexista. Finalmente, também foi alvo das preocupações deste trabalho a possibilidade de identificar padrões mais fortemente destradicionalizados associados à sexualidade e ao gênero no que tange ao eleitorado, especialmente vocalizados a partir de questões ainda hoje bastante polêmicas, tais como a união de pessoas do mesmo sexo, o aborto e a avaliação a respeito da capacidade de liderança de *gays* e lésbicas.

Desta forma, após uma discussão inicial sobre alguns dos principais conceitos e pressupostos que orientam este estudo e antes de passar às análises dos referidos indicadores, vale afirmar um último importante ponto de partida: pessoas com percepções fortemente conservadoras em termos políticos e percepções fortemente tradicionais em gênero, raça e sexualidade (ou com as duas percepções juntas) são aquelas responsáveis, no Brasil, por manter e perpetuar uma sociedade politicamente anti-igualitária e antidemocrática. E tais padrões certamente estão afetando o processo de destradicionalização/modernização societária em nosso país.

Os indicadores de conservadorismo político e de tradicionalismo de gênero – alguns breves parâmetros metodológicos

Como mencionado anteriormente, o *survey* realizado foi composto por uma amostra de mais de 2.002 entrevistas, tendo como foco captar: as percepções a respeito de valores e da cultura política brasileira e gênero;

os padrões de associativismo do eleitorado brasileiro; as percepções sobre a política e o processo político-eleitoral no Brasil; percepções sobre sexo e gênero, raça, sexualidade, feminismo e política; sobre processo de formação das decisões e intenções de voto, além, claro, de variáveis que compõem o perfil sociodemográfico. Para buscar uma melhor compreensão dos sentidos de respostas que foram produzidos pelos eleitores respondentes ao questionário, empregou-se a técnica estatística da análise fatorial. Os "fatores" ou "construtos", por sua vez, são variáveis hipotéticas, combinações lineares das variáveis observadas, que explicam partes da variabilidade dos dados.

A análise fatorial foi utilizada com o objetivo de simplificar os dados, com vistas a recrutar um pequeno número de variáveis (preferencialmente não-correlacionadas) de um grande número de variáveis (em que a maioria é correlacionada com a outra) e, a partir daí, criar índices ou indicadores com variáveis que medem dimensões conceituais similares. Assim, foram construídos vários indicadores de duas dimensões aqui destacadas como relevantes – o conservadorismo político e o tradicionalismo de gênero –, com o intuito de elucidar as engrenagens que podem movimentar o comportamento dos eleitores, especialmente a partir da evidência das formas de percepção que orientam processos mais amplos de socialização política e de gênero do eleitorado brasileiro no que tange a processos democráticos e progressistas/autoritários e tradicionais ou destradicionalizados em termos de gênero, raça e sexualidade. Existe uma vasta literatura metodológica já consagrada, que explica a utilização e a importância do recurso à análise fatorial (VINCENT, 1971; KIM; MULLER, 1978; MORAES; ABIKO, 2006)[4] e, portanto, este ponto não será estendido aqui.

O questionário base, desenhado especificamente para o projeto e contendo 39 perguntas (mais algumas de controle), foi a campo em setembro

[4] Como descrevem Moraes e Abiko (2006, p. 1.234): "A análise fatorial (AF) é uma técnica de estatística multivariada bastante ampla e antiga, sendo utilizada, principalmente, nos estudos de avaliação de escalas na área de psicologia. Utiliza-se geralmente quando se deseja avaliar construtos, variáveis não mensuráveis diretamente, como inteligência e satisfação. Os objetivos da AF podem ser a caracterização dos avaliados, levando-se em conta um conjunto eventualmente grande de variáveis, e a descrição da inter-relação dessas variáveis, eventualmente explicitando uma estrutura de interdependência subjacente aos dados (ARTES, 1998). A AF obtida pelo método das componentes principais requer, apenas, que os dados estejam numa escala numérica e que guardem entre si, estruturas de correlação ou covariância. Não fazendo nenhuma suposição sobre a forma de distribuição dos dados, um dos principais obstáculos da APO para aplicação de testes estatísticos. Dessa forma, propõe-se a utilização da AF, com uma técnica exploratória, na análise de dados de uma APO no sentido de entender melhor as relações entre as variáveis, buscando identificar também as possíveis estruturas de análise da percepção do morador".

de 2010, sendo aplicado pelo Ibope Inteligência em 2.002 eleitores brasileiros de todo o território nacional. A amostra foi de desenho proporcional, por cotas em setores censitários aplicada a eleitores e eleitoras de 16 anos ou mais (tendo, inclusive, ocorrido uma sobreamostragem para as cidades de São Paulo e Salvador de 298 casos, totalizando, no final, 2.310). Para corrigir o efeito da sobre-representação dessas cidades, utilizou-se a técnica de peso amostral, que diminui o efeito do maior número de casos nestas duas localidades, reduzindo para os 2.002 casos analisados.

Para efeitos dos indicadores construídos, que serão descritos e analisados neste trabalho a partir da análise fatorial, foi possível identificar para os dois eixos de análise – conservadorismo político (CP) e tradicionalismo de gênero (TG) – um conjunto de seis de indicadores em cada eixo, que constituem, portanto, os "fatores" de análise:

- No eixo conservadorismo político: preferência pela democracia; grau de confiança nas instituições; percepção dos antidemocratas; percepção dos ultraconservadores; opinião sobre a corrupção; e grau de confiança e valoração das mulheres na política.
- No eixo tradicionalismo de gênero (raça e sexualidade): tradicionalismo nos espaços públicos (política e trabalho); tradicionalismo nos espaços privados (família e filhos); tradicionalismo de gênero na política institucional; percepções sobre preconceito de gênero e raça difuso; discriminação focada em aspectos cognitivos; e elementos de destradicionalização de sexo/gênero.

O Quadro 1 descreve quais foram as questões (variáveis) que, após a análise fatorial empreendida, integraram cada um dos conjuntos de indicadores. Cada conjunto de indicadores se conforma, em última instância, como um índice próprio para medir aquela dimensão específica, tendo sido aqui construídos 12 índices (seis de conservadorismo político e seis de tradicionalismo de gênero).

Este quadro geral revela quais foram as principais questões que constituíram as variáveis dos índices. Para compreender de forma mais abrangente como estas percepções se apresentam na sociedade brasileira, realizou-se uma análise multivariada, utilizando os 12 índices de forma a detectar quais seriam as características sociodemográficas dos indivíduos na sociedade que mais se relacionam com percepções mais ou menos tradicionais sobre os papéis de gênero, raça e sexualidade na sociedade e/ou mais ou menos conservadoras do ponto de vista político. A seguir, os resultados são analisados, tendo em vista a discussão teórica apresentada nas seções anteriores.

Quadro 1
Conjunto dos fatores/indicadores construídos e suas variáveis componentes

	Fator	Variáveis incluídas em cada fator								
	Eixo 1	**Conservadorismo político (CP)**								
1	Conservadorismo político – antidemocratas	Progresso com autoritarismo	Congresso atrapalha autonomia presidencial	Judiciário atrapalha autonomia presidencial						
2	Ultraconservadorismo	Pena de morte	Preferência pela ditadura							
3	Opinião sobre corrupção	Corrupção: mãe e registro civil	Tráfico de influência: cunhada e emprego	Nepotismo						
4	Preferência pela democracia	Democracia vs autoritarismo	Democracia eleitoral							
5	Grau de confiança nas instituições	Crença: julgamento justo	Respeito: instituições políticas	Crença: direitos básicos	Justiça brasileira	Forças Armadas	Congresso Nacional	Governo federal	Polícia Militar	Partidos políticos
6	Grau de confiança e valoração das mulheres na política	Honestidade na política	Competência na política	Compromisso com eleitores	Capacidade administrativa	Autoridade dos governantes	Grau de democracia	Bem-estar da população	Prestígio internacional	

(continua)

(continuação)

	Fator	Variáveis incluídas em cada fator				
	Eixo 2	**Tradicionalismo de gênero (TG)**				
1	Tradicionalismo de gênero nos espaços públicos (política e trabalho)	São poucas as mulheres que têm as habilidades necessárias para ocupar cargos de chefia	No geral, quando eleitos, homens governam melhor do que as mulheres	No geral, homens são mais adequados para a carreira política do que mulheres.	Quando o desemprego é elevado, os homens deveriam ter mais direito ao trabalho do que as mulheres
2	Tradicionalismo de gênero no espaço privado (família e filhos)	A educação dos filhos é responsabilidade da mãe	O trabalho doméstico é tarefa da mulher	O homem deve ser o principal responsável pelo sustento da família	A mulher deve ser a principal responsável pelo planejamento familiar e o uso de métodos contraceptivos
3	Tradicionalismo de gênero na política institucional	De modo geral, as mulheres têm força suficiente para enfrentar a política	De modo geral, as mulheres são tão boas líderes quanto os homens		Muitos brasileiros estão preparados para eleger uma mulher presidente da República	
4	Preconceito de gênero e raça – discriminação difusa	O machismo é um problema muito sério no Brasil	Os negros têm muito do que se queixar no Brasil	Mulheres negras sofrem mais preconceito do que as brancas	As mulheres são discriminadas em praticamente todas as áreas
5	Preconceito de raça – discriminação focada em aspectos cognitivos	Os brancos, em geral, são mais estudiosos do que os negros	As crianças negras têm mais dificuldade para aprender		
6	Destradicionalização de sexo/gênero	Sou a favor da união de pessoas do mesmo sexo	A mulher deveria ter o direito de decidir se continua uma gravidez ou se faz um aborto		De modo geral, *gays* ou lésbicas são tão bons líderes quanto os heterossexuais

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.

Análise dos dados

Para compor o quadro descritivo, procedeu-se a uma análise com algumas variáveis sociodemográficas dos entrevistados – sexo, faixa etária, escolaridade e autodeclaração de cor –, que, segundo aponta os estudos realizados até hoje, teriam algum efeito sobre a percepção do indivíduo em relação aos temas e questões a partir dos quais os índices foram criados. Para entender melhor se a questão geracional/etária tem efeitos diferentes sobre as percepções de homens e mulheres no que tange aos dois eixos de análise aqui descritos, utilizou-se também um termo interativo que sintetiza o efeito multiplicativo entre o ser mulher e o pertencer a cada uma das três faixas etárias consideradas nessa análise.

Dos 2.002 respondentes analisados, 950 (47,5%) são homens e 1.052 (52,5%), mulheres. Em todas as faixas etárias, o número de mulheres é maior do que o de homens. A maior porcentagem de homens presentes na amostra encontra-se na faixa etária de 16 a 24 anos, enquanto para as mulheres isso ocorre na de 70 anos ou mais (Tabela 1). Entre os entrevistados, de forma geral, o maior número deles está nas faixas etárias intermediárias de 40 a 69 a e de 25 a 39 anos, correspondendo a 41,15% e 34,6% da amostra, respectivamente.

Visando identificar possíveis efeitos geracionais diferentes para homens e mulheres no que diz respeito ao conjunto de índices extraídos da análise fatorial, neste trabalho lançou-se mão do uso de um termo interativo entre o sexo feminino e a faixa etária. Com isso, buscou-se analisar um possível efeito interativo entre estas variáveis. O efeito interativo especifica as condições segundo as quais os efeitos de uma variável de interesse se alteram em força ou forma, dependendo do nível ou categoria da outra variável com a qual interage (SANTOS, 2009).

Tabela 1
Distribuição dos entrevistados, por sexo, segundo faixas etárias – 2010

Faixas etárias	Homens		Mulheres		Total
	N. abs.	%	N. abs.	%	
16 a 24 anos	194	48,3	208	51,7	402
25 a 39 anos	333	48,1	360	51,9	693
40 a 69 anos	390	46,9	441	53,1	831
70 anos ou mais	33	43,4	43	56,6	76
Total	**950**	**47,5**	**1.052**	**53**	**2.002**

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto IBOPE/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.

Com relação à escolaridade dos entrevistados, a maior parte declarou ter o ensino médio completo, compondo 498 casos (24,9% da amostra), seguido por ensino fundamental completo (15,5%). No outro extremo tem-se o pequeno número de analfabetos, 4,5% dos casos, inferior àquele de respondentes com ensino superior completo (7,3%).

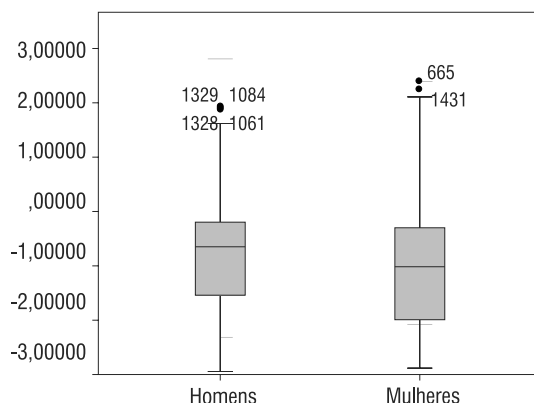
No que diz respeito à autodeclaração de raça/cor dos respondentes na amostra estudada, observou-se maior proporção de brancos (41%), seguidos por pardos (37,9%), pretos (15,9%), amarelos (2,1%) e indígenas (1%). Para fins de análise, neste trabalho, as categorias pretos e pardos foram consideradas conjuntamente, totalizando 53,8% da amostra (1.077 respondentes).

Outra variável utilizada na análise e de grande relevância quando são abordados tradicionalismos/destradicionalização de sexo/gênero é a religião dos entrevistados. No universo captado pela pesquisa, a maioria é composta por católicos (62,9%), uma porcentagem quase dez vezes maior do que a do grupo seguinte, composto por fiéis da Assembleia de Deus (6,7%), denominação protestante pentecostal, uma das maiores igrejas protestantes do Brasil.[5] Os agnósticos correspondem a 7,7% dos entrevistados e os ateus são 2,2%. Para fins da análise, foram utilizadas duas variáveis referentes à religião: ser católico (ser/não ser católico) e ser evangélico (ser/não ser evangélico), sendo que os evangélicos compreendem os entrevistados que se autodeclararam dependentes das seguintes denominações: Assembleia de Deus, Batista, Metodista, Presbiteriana, Universal do Reino de Deus, Deus é Amor, Evangelho Quadrangular, Igreja Internacional da Graça, Renascer em Cristo, Sara Nossa Terra, Adventista, Testemunha de Jeová e Igreja dos Santos dos Últimos Dias, assim como apresentado em Mariano (1999).

Com relação às distribuições das respostas aos índices resultantes da análise fatorial, foi interessante perceber como estes se comportam quando são relacionados ao sexo do respondente. Como se observa nos gráficos de *boxplots* a seguir, homens e mulheres apresentam percepções diferentes de acordo com os índices trabalhados. O Gráfico 1 mostra, por

[5] As outras frequências dos principais ramos evangélicos na amostra são: Batista/Metodista/Presbiteriana, com 3,9%; Universal do Reino de Deus, com 1,0%; Deus é Amor, com 0,9%; Evangelho Quadrangular, com 1,8%; Igreja Internacional da Graça, com 0,4%; Renascer em Cristo, com 0,1%; Sara Nossa Terra, com 0,1%; Adventista, com 0,6%; Testemunha de Jeová, com 0,6%. Outras religiões presentes na amostra são: Espírita/Kardecista (1,8%), afro-brasileiras (Umbanda, Candomblé, etc. – 0,4%), orientais (Budismo, Islamismo, etc. – 0,1%).

exemplo, a distribuição do índice do grau de confiança nas instituições, por sexo do entrevistado.

Gráfico 1
Índice de grau de confiança nas instituições, por sexo dos entrevistados – 2010

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.

Como será visto mais detalhadamente a seguir, é possível afirmar que homens e mulheres apresentam percepções um pouco discrepantes no que diz respeito às dimensões aqui mensuradas de tradicionalismo de gênero e de conservadorismo político. De forma bem generalizada, em ambos os conjuntos de índices elaborados, *as mulheres apresentaram percepções mais alinhadas a uma postura menos conservadora e mais destradicionalizada do que os homens*. As exceções a este caso são os índices de grau de confiança nas instituições e de tradicionalismo de gênero no espaço privado (família e filhos), para os quais são as mulheres que mostram percepções ligeiramente mais conservadoras. Apenas a constatação deste resultado já indica os efetivos dilemas a serem enfrentados no país, pois parece que as percepções conservadoras e tradicionais das próprias mulheres (especialmente no que se refere ao mundo privado/íntimo) ainda constituem um dos principais obstáculos para o alcance efetivo da igualdade de gênero, já que elas encontram ainda muitas dificuldades em romper com os papéis e estereótipos de gênero há muito cristalizados na sociedade nestes espaços/esferas.

A distribuição dos índices pelos quartis revela o seguinte quadro: os índices que tiveram maiores valores concentrados no terceiro quartil – em que prepondera um conjunto de percepções mais conservadoras ou tradi-

cionais – foram os de tradicionalismo de gênero nos espaços públicos (na política e no mercado de trabalho), tradicionalismo de gênero no espaço privado (na família e em relação aos filhos), opinião sobre a corrupção, destradicionalização de sexo/gênero, ultraconservadorismo e afirmação de que a homossexualidade é uma doença. Aqueles que apresentaram maior concentração com menores valores no primeiro quartil, em que predomina um conjunto de percepções menos conservadoras ou tradicionais, foram o índice de preconceito de gênero e raça – discriminação difusa – e o índice relacionado aos antidemocratas.

Nos casos dos índices opinião sobre a corrupção e destradicionalização de gênero e raça, há uma amplitude de percepções com valores muito baixos no primeiro quartil e valores muito altos no último quartil de distribuição, remetendo a uma variação nas respostas dadas às questões de origem, o que já poderia dar algumas pistas no sentido de que estas pudessem ser o conjunto de questões que foram alvo de maior polêmica, suscitando apresentação de percepções ao mesmo tempo muito e pouco conservadoras e tradicionais. Os gráficos referentes à distribuição das respostas aos índices e que revelam estas percepções são apresentados a seguir. Na sequência, busca-se identificar, por meio de modelagem estatística multivariada, os fatores/variáveis que poderiam ter impactos estatisticamente significativos no que se refere a estas percepções de conservadorismo político e tradicionalismo de gênero, raça e sexualidade aqui mostradas no formato dos índices, e, portanto, determinar as percepções apresentadas nestes.

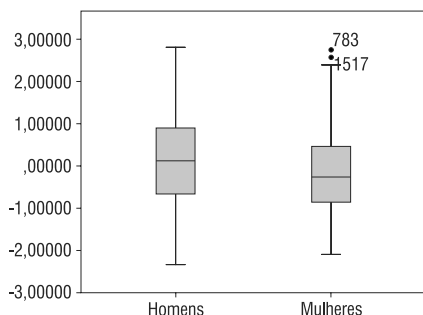
Gráfico 2
Índice de tradicionalismo de gênero nos espaços públicos (política e trabalho), por sexo dos entrevistados – 2010

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.

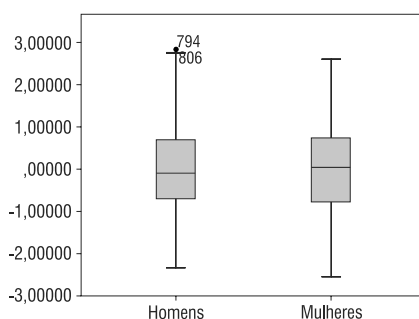
Gráfico 3
Índice de tradicionalismo de gênero no espaço privado (família e filhos), por sexo dos entrevistados – 2010

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.

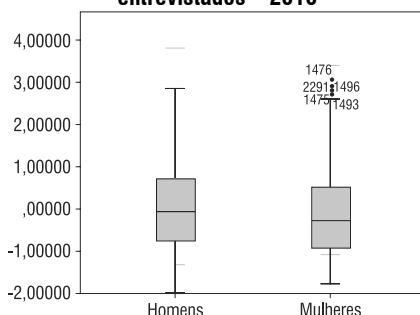
Gráfico 4
Índice de preconceito de gênero e raça – discriminação difusa –, por sexo dos entrevistados – 2010

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.

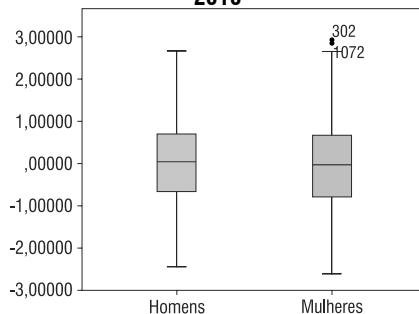
Gráfico 5
Índice de conservadorismo político – antidemocratas, por sexo dos entrevistados 2010

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.

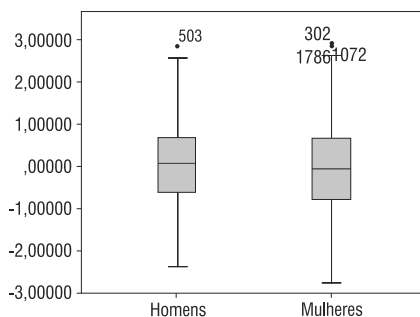
Gráfico 6
Índice de tradicionalismo de gênero na política institucional, por sexo dos entrevistados – 2010

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.

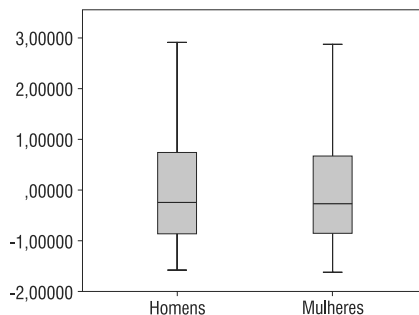
Gráfico 7
Índice de opinião sobre a corrupção, por sexo dos entrevistados 2010

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto IBOPE/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração própria.

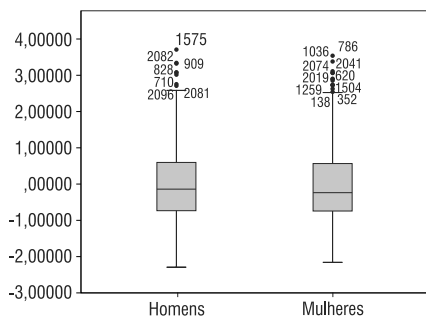
Gráfico 8
Índice de preconceito de raça – discriminação focada em aspectos cognitivos –, por sexo dos entrevistados – 2010

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.

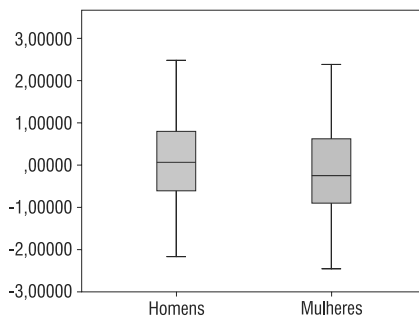
Gráfico 9
Índice de destradicionalização de sexo/gênero, por sexo dos entrevistados 2010

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.

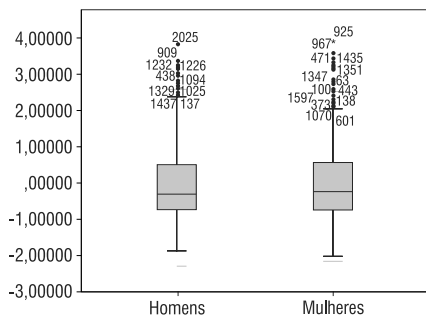
Gráfico 10
Índice de preferência pela democracia, por sexo dos entrevistados – 2010

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.

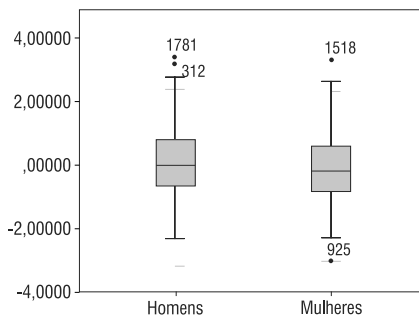
Gráfico 11
Índice de ultraconservadorismo, por sexo dos entrevistados – 2010

Fonte: Survey do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.

Gráfico 12
Índice de preconceito de gênero, por sexo dos entrevistados – 2010

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.

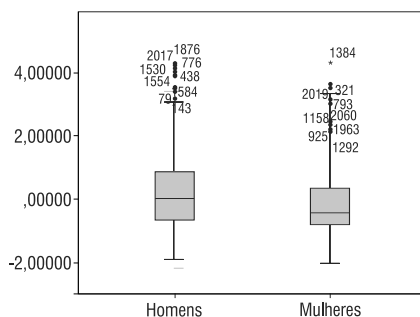



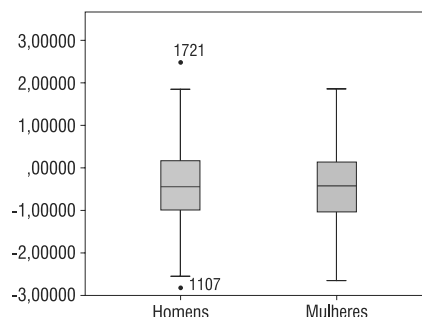
Gráfico 13
Fator "a homossexualidade é uma doença", por sexo dos entrevistados – 2010

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.

Tabela 2
Modelo mínimos quadrados ordinários – Resultados

Variáveis	Coeficientes (1)					
	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	Modelo 5	Modelo 6
Constante	0,501***	0,460**	0,395**	0,691***	0,533**	0,503***
	(0,208)	(0,187)	(0,193)	(0,2)	(0,227)	(0,194)
Sexo	-0,199*	0,002	0,077	-0,293**	0,0695	-0,225*
	(0,129)	(0,115)	(0,118)	(0,12)	(0,12)	(0,124)
25 a 39 anos	-0,152	-0,141	0,119	-0,06	-0,0311	0,0935
	(0,113)	(0,11)	(0,102)	(0,11)	(0,108)	(0,108)
40 a 69 anos	0,0201	-0,0824	0,002	-0,230**	-0,0679	0,047
	(0,116)	(0,109)	(0,106)	(0,11)	(0,115)	(0,11)
Mais de 70 anos	0,415**	-0,0351	-0,626**	0,007	-0,0762	0,365
	(0,189)	(0,291)	(0,265)	(0,28)	(0,245)	(0,239)
Mulheres entre 25 e 39 anos	0,0948	0,113	-0,255*	0,03	-0,078	-0,0153
	(0,155)	(0,15)	(0,149)	(0,15)	(0,151)	(0,155)
Mulheres entre 40 e 69 anos	-0,0729	0,0544	-0,07	0,282*	-0,108	0,14
	(0,156)	(0,144)	(0,149)	(0,15)	(0,151)	(0,154)
Mulheres com mais de 70 anos	-0,383	0,0178	0,322	0,249	-0,132	-0,14
	(0,243)	(0,362)	(0,368)	(0,37)	(0,357)	(0,326)
Pretos e pardos	-0,0377	0,115**	-0,155***	0,047	-0,109*	-0,101*
	(0,0573)	(0,0578)	(0,0586)	(0,06)	(0,0595)	(0,0597)
Amarelos	0,0475	0	0,11	0,327	-0,107	0,00565
	(0,163)	(0,144)	(0,166)	(0,2)	(0,179)	(0,176)

(continua)

(continuação)

Variáveis	Coeficientes (1)					
	Modelo 1	**Modelo 2**	**Modelo 3**	**Modelo 4**	**Modelo 5**	**Modelo 6**
Indígenas	0,189	0,425	-0,306	-0,09	-0,185	0,616
	(0,266)	(0,304)	(0,235)	(0,26)	(0,283)	(0,378)
Sabe ler, mas não foi à escola	-0,335	-0,129	0,35	-0,43	0,048	-0,32
	(0,293)	(0,333)	(0,299)	(0,34)	(0,348)	(0,29)
Primário incompleto	-0,175	-0,332*	-0,0602	-0,27	-0,444*	-0,345*
	(0,211)	(0,195)	(0,202)	(0,21)	(0,231)	(0,191)
Primário completo	-0,445**	-0,245	-0,289	-0,466**	-0,383*	-0,291
	(0,188)	(0,171)	(0,18)	(0,19)	(0,217)	(0,178)
Ensino fundamental incompleto	-0,375*	-0,235	-0,165	-0,541***	-0,479**	-0,506***
	(0,198)	(0,186)	(0,192)	(0,2)	(0,223)	(0,188)
Ensino fundamental completo	-0,308	-0,373**	-0,216	-0,651***	-0,409*	-0,371**
	(0,195)	(0,174)	(0,187)	(0,19)	(0,219)	(0,183)
Ensino médio incompleto	-0,571***	-0,414**	-0,366*	-0,508***	-0,446**	-0,355*
	(0,201)	(0,181)	(0,19)	(0,2)	(0,224)	(0,187)
Ensino médio completo	-0,647***	-0,601***	-0,392**	-0,575***	-0,435**	-0,583***
	(0,186)	(0,168)	(0,177)	(0,18)	(0,21)	(0,173)
Ensino superior incompleto	-0,719***	-0,786***	-0,484**	-0,658***	-0,610***	-0,415**
	(0,204)	(0,188)	(0,195)	(0,2)	(0,22)	(0,194)
Ensino superior completo	-0,756***	-0,867***	-0,533***	-0,452**	-0,440**	-0,504***
	(0,197)	(0,18)	(0,194)	(0,2)	(0,216)	(0,192)
N	1.320	1.320	1.320	1.320	1.320	1.320
R2	0,067	0,058	0,031	0,033	0,014	0,042

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.
(1) Variáveis dependentes presentes em cada modelo:
Modelo 1: Tradicionalismo de gênero nos espaços públicos (política e trabalho);
Modelo 2: Tradicionalismo de gênero no espaço privado (família e filhos);
Modelo 3: Conservadorismo político – antidemocratas;
Modelo 4: Tradicionalismo de gênero na política institucional;
Modelo 5: Preconceito de raça – discriminação focada em aspectos cognitivos;
Modelo 6: Destradicionalização de sexo/gênero.
Nota: Erros padrões robustos entre parênteses; *** $p<0.01$, ** $p<0.05$, * $p<0.1$.

Para realizar uma análise comparativa acerca da forma como determinada variável sociodemográfica presente nos modelos interage com os índices criados, foi feita uma série de análises multivariadas tendo como variável dependente, por sua vez, cada um dos índices extraídos por meio da análise fatorial apresentada anteriormente. Para tanto, empregou-se a técnica de modelagem dos mínimos quadrados ordinários. Dos 12 índices resultantes da análise fatorial apresentados no Quadro 1, apenas seis se conformaram em modelos estatisticamente significantes ao interagirem

com as variáveis sociodemográficas consideradas. São eles: tradicionalismo de gênero nos espaços públicos (Modelo 1); tradicionalismo de gênero no espaço privado (Modelo 2); conservadorismo político – antidemocratas (Modelo 3); tradicionalismo de gênero na política institucional (Modelo 4); preconceito de raça I (Modelo 5); e índice de destradicionalização de sexo/gênero (Modelo 6). Os resultados dessa análise estão apresentados na Tabela 2. A seguir, são discutidos os principais resultados das análises para cada modelo.

Modelo 1: Tradicionalismo de gênero nos espaços públicos

Entre as variáveis utilizadas no primeiro modelo, foram estatisticamente significantes aquelas referentes ao sexo do entrevistado para as pessoas com mais de 70 anos e às escolaridades primário completo, fundamental incompleto, médio incompleto, médio completo, superior incompleto e superior completo. Dessas, apenas a variável relacionada aos *entrevistados/as com idade acima de 70 anos aumenta as chances de aquele/a ter uma atitude mais tradicional com relação à participação da mulher nos espaços públicos.* Nos outros casos, a relação é inversa. Ou seja: *ser mulher, ter curso primário completo, fundamental incompleto, médio incompleto e completo e superior incompleto e completo aumentam as chances de o/a entrevistado/a ter uma percepção menos tradicional com relação à participação da mulher nos espaços públicos.* Além disso, as chances de a pessoa ser ainda *menos tradicional quando esta possui o curso superior completo são quase duas vezes maiores do que para aquela que cursou apenas até o primário completo.*

Modelo 2: Tradicionalismo de gênero no espaço privado

Neste modelo, foram estatisticamente significantes a condição autodeclarada de ser pretos e pardos e as escolaridades referidas aos cursos primário incompleto, fundamental completo, médio incompleto, superior incompleto e superior completo. Destas variáveis, *a única que realmente aumenta as chances de um indivíduo ser mais tradicional com relação ao papel da mulher na família refere-se à condição etnorracial: ser preto ou pardo*. Este é um elemento analítico muito interessante e que, até onde se tem conhecimento, ainda não havia sido captado em outros estudos sobre percepção e valores no Brasil. Novamente, as chances de apresentar percepções ainda menos tradicionais aumentam com os anos de estudo e, nesse caso, o efeito é mais do que o dobro quando os/as entre-

vistados/as possuem curso superior, em comparação àqueles que não chegaram a completar o ensino primário.

Modelo 3: Conservadorismo político – antidemocratas

O terceiro modelo apresenta a seguinte conformação: foram estatisticamente significantes a condição etária de estar acima de 70 anos, o termo interativo de mulheres entre 25 e 39 anos, a autodeclaração racial de pretos ou pardos e as escolaridades médio incompleto, médio completo, superior incompleto e superior completo. Em todos os casos, *pertencer ao grupo indicado por essas variáveis (indivíduos com mais de 70 anos, mulheres entre 25 e 39 anos, ser preto/pardo, ser escolarizado) aumenta as chances de o indivíduo declarar percepções que tenham menos concordância com as questões relacionadas a posturas antidemocráticas*. E essas razões de chances aumentam em conformidade com o crescimento da idade e da escolaridade alcançada. Neste sentido, aparece aqui outro elemento analítico muito rico: a possibilidade de que os/as entrevistados/as autodeclaradamente pretos e pardos, os mais escolarizados e aqueles/as acima dos 70 anos tenham uma percepção mais democratizadora e, portanto, mais refratária a posturas antidemocratas.

Modelo 4: Tradicionalismo de gênero na política institucional

Foram estatisticamente significantes, neste modelo, o sexo do/a entrevistado/a, a faixa etária de 40 a 69 anos, no efeito interativo, a faixa entre 40 e 69 anos para as mulheres e as escolaridade primário completo, fundamental incompleto, fundamental completo, médio incompleto, médio completo, superior incompleto e superior completo. Neste caso, há uma relação positiva apenas para o grupo das mulheres de 40 a 69 anos. Isso significa que *pertencer a este grupo aumenta as chances de o indivíduo ter uma atitude mais tradicional com relação à participação de mulheres na política institucional*. Nesse modelo, a escolaridade cada vez mais alta contribui num efeito inverso ao anterior, ou seja, para uma atitude menos tradicional em relação às mulheres no âmbito da política institucional. Todavia, a *partir do superior completo, há uma queda nesse efeito da escolaridade, indicando que indivíduos com esse nível de ensino trazem percepções mais tradicionais, inclusive, do que aqueles/as que têm apenas o primário completo.* Também estas informações são importantes: por que justamente nesta faixa etária de 40 a 69 anos são as próprias mulheres que têm padrões de percepção mais tradicionais em relação à atuação feminina na política institucional?

Por que este efeito de queda nas percepções de tradicionalismo de gênero no âmbito institucional é interrompido quando se alcança o ensino superior completo? Estas são perguntas que clamam por respostas.

Modelo 5: Preconceito de raça I

No quinto modelo as variáveis estatisticamente significantes foram a condição autodeclarada de ser pretos ou pardos e as escolaridades primário incompleto, primário completo, fundamental incompleto, fundamental completo, médio incompleto, médio completo, superior incompleto e superior completo. *A concordância com percepções relacionadas à discriminação focada em aspectos cognitivos e raciais é menor para estes grupos, sendo que essa discriminação não diminui com o aumento da escolaridade.* Que a população negra seja contrária a percepções cognitivamente discriminatórias em relação a si mesma seria um dado bastante esperado, contudo, parece surpreendente, tendo-se em vista as outras dinâmicas observadas a partir das modelagens dos índices, a constatação de que não há uma queda destas percepções discriminatórias com o aumento da escolaridade das pessoas. Isto certamente indica muito do quanto ainda está enraizada tal visão muito tradicional e mesmo preconceituosa no que tange à contribuição a ser dada ao país pela nossa população negra.

Modelo 6: Destradicionalização de sexo/gênero

Foram estatisticamente significantes, neste modelo, o sexo dos entrevistados, a condição autodeclarada de ser pretos ou pardos e as escolaridades primário incompleto, fundamental incompleto, médio incompleto, médio completo, superior incompleto e superior completo. Nesse caso, *as mulheres e os/as entrevistados/as pretos/as e pardos/as tendem a apresentar percepções mais destradicionalizadas, mas não há, contudo, um aumento significativo de propensão a uma atitude mais destradicionalizada quando se está diante de indivíduos mais escolarizados*, tendo variações/oscilações destas percepções destradicionalizadas ao longo dos diferentes estágios e anos de estudos. Este é efetivamente um dado relevante: as mulheres no Brasil apresentam, assim como a população negra, padrões de percepção mais destradicionalizados, especialmente se for considerado que as variáveis incluídas neste índice referem-se a temas muito disputados e nada consensuais na sociedade brasileira: aborto e união homoafetiva.

Como se pode observar, de modo bastante generalizado, a variável que apresentou padrão recorrente de uma relação estatisticamente significante

com os índices foi a escolaridade. Em alguns casos, a variável da autodeclaração da cor também foi significativa, assim como o sexo, principalmente quando analisado o efeito combinado com determinadas faixas de idade.

A análise dos coeficientes padronizados em determinados modelos apresentados permitiu avaliar a importância relativa das variáveis independentes (VIs) na determinação das variáveis dependentes (os índices – VDs). Os coeficientes padronizados (betas) eliminam o problema de lidar com diferentes unidades de medida, evidenciando o impacto relativo de cada variável preditora sobre a VD, além de determinar qual variável tem maior participação. Mediante a análise dos betas padronizados, verificou-se que, em todos os modelos, *a variável com maior peso explicativo sobre a variação de cada um dos índices foi a indicativa de escolaridade na faixa de ensino médio completo*. Além disso, no caso dos modelos 1, 2, 3 e 6, a variável que aparece em segundo lugar, entre aquelas com maior poder preditivo sobre os índices, refere-se ao *ensino superior completo.* No caso do modelo 5 (cuja VD é o índice de preconceito de raça/cor), a variável com o segundo maior poder preditivo foi o *nível de escolaridade superior incompleto*. Por fim, no modelo 4 (tradicionalismo de gênero na política institucional), a variável *escolaridade no nível fundamental completo teve o maior poder preditivo com relação à variação deste índice*. Em todos os casos, quanto maior a escolaridade do indivíduo, maiores são as chances de que ele tenha um comportamento identificado como menos tradicional.

As análises dos betas padronizados reforçam o que já foi constatado na análise dos coeficientes não padronizados da regressão: a escolaridade, principalmente as faixas mais altas (ensino médio completo e ensino superior incompleto e completo), é a variável que mais influencia o tipo de resposta com relação aos vários temas que compõem os índices construídos neste trabalho, fundamentalmente no que se refere à questão de gênero. Pode-se dizer que *o ponto de inflexão na formação escolar de uma pessoa, no que tange suas atitudes com relação a gênero, é a conclusão do ensino médio*. A partir desta faixa educacional, as opiniões e atitudes tendem a ser mais fortemente destradicionalizadas, e isso de forma estatisticamente significante.

Sobre os modelos apresentados ainda caberia outra observação. *A variável referente à religião*[6] – que se esperaria ser significativa para a

[6] Nos modelos a variável referente à religião foi incorporada de forma recodificada, compondo duas variáveis *dummys* referentes aos principais segmentos religiosos brasileiros em termos de número de adeptos. Dessa forma temos a variável “ser católico” e a variável “ser evangélico”. Nas próximas análises utilizaremos estas variáveis modificadas para mensurar o impacto da adesão religiosa sobre as opiniões e atitudes acerca dos índices apresentados neste capítulo.

compreensão de quais seriam os perfis dos entrevistados que, em geral, têm comportamentos mais ou menos tradicionais com relação a gênero – *não apresentou significância estatística ao ser incluída nos modelos construídos,* sendo que, em todos, a escolaridade continuou como a mais relevante. A variável religião foi significante apenas nos modelos referentes aos índices de conservadorismo político – antidemocratas e de destradicionalização de sexo/gênero: no primeiro, "ser católico" foi significante e, no segundo, "ser católico" e "ser evangélico" apresentaram significância, indicando que ser católico ou evangélico, em todos os casos, aumenta as chances de posições mais conservadoras na política e mais tradicionais no que diz respeito às relações de gênero. No entanto, em ambos os modelos, como já foi dito, estes valores não foram significantes estatisticamente.

Apesar da ausência de significância, é bastante interessante perceber o efeito que a variável religião tem sobre o sexto modelo, aquele que possui como VD o índice de destradicionalização de sexo/gênero, que é composto pelas questões sobre união de pessoas do mesmo sexo e direito de decidir sobre a interrupção da gravidez e pela afirmação de que *gays* ou lésbicas seriam tão bons líderes quanto os heterossexuais. Como esperado, posições mais tradicionais neste sentido são mais frequentes entre os católicos e evangélicos, sendo que o pertencimento ao segmento evangélico tem o maior peso preditivo sobre o índice de destradicionalização, seguido pela variável escolaridade ensino médio completo.

Ao serem utilizados outros conjuntos de variáveis para a tentativa de explicar a variação no índice de destradicionalização de sexo/gênero, foi possível perceber que um dos modelos que tiveram o maior poder de explicação sobre esta variação é aquele apresentado na Tabela 3. Neste modelo, as variáveis que se mostraram significantes estatisticamente foram religião, ensino médio completo (corroborando os resultados apresentados anteriormente) e, surpreendentemente, a autodeclaração de raça como indígena.

Nesse caso – ao contrário do que acontece com a afirmação de que a homossexualidade é uma doença, o que será abordado mais a frente – os evangélicos apresentam um poder de explicação da variação quase duas vezes maior do que os católicos. Ser evangélico aumenta duas vezes mais as chances de o indivíduo ter comportamento mais tradicional do que ser católico. Ser indígena também aumenta mais as chances de que se tenha um comportamento tradicional do que ser católico.

Tabela 3
Modelo mínimos quadrados ordinários para o índice de destradicionalização de sexo/gênero – Resultados

Variáveis	Coeficientes (1)				
	Coeficientes não-padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
	B	Erro padrão	Beta		
Constante	-0,258	0,078	-	-3,305	0,001
Ser evangélico	0,815	0,094	0,346	8,653	0,000
Ser católico	0,400	0,082	0,195	4,901	0,000
Sexo	-0,244	0,056	-0,122	-4,324	0,000
Médio completo	-0,246	0,063	-0,111	-3,932	0,000
Indígena	0,647	0,284	0,064	2,277	0,023

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.
(1) Variável dependente: índice de destradicionalização de sexo/gênero.

Com relação aos outros índices apresentados no Quadro 1, em específico o grau de confiança e valoração das mulheres na política, também foram realizadas análises multivariadas com o método dos mínimos quadrados ordinários, mas, neste caso, trabalhou-se com VIs diferentes para cada índice extraído da análise fatorial. Na Tabela 4, apresentam-se os resultados da análise multivariada, utilizando como variáveis independentes as mesmas empregadas nas análises da Tabela 1, acrescentando-se aquelas relativas à religião (ser católico e ser evangélico). Como variável dependente, tem-se o índice de grau de confiança nas instituições.

Verifica-se, na Tabela 4, que as variáveis que se mostram importantes nesse modelo de explicação do grau de confiança nas instituições são duas referentes à educação – sabe ler, mas não foi à escola e primário incompleto ($p<0,1$) – e as variáveis de religião – ser católico ($p<0,01$) e ser evangélico ($p<0,1$). Em todos os casos, *pertencer a alguma destas categorias aumenta as chances de que o indivíduo confie menos em algumas instituições* (instituições políticas em geral, justiça brasileira, Forças Armadas, Congresso Nacional, governo federal, Polícia Militar e partidos políticos) *e em determinadas características da democracia* (como a crença em um julgamento justo e nos direitos básicos). Nesse modelo, a variável com maior poder preditivo foi a de ser católico.

Tabela 4
Modelo mínimos quadrados ordinários para o índice de grau de confiança nas instituições – Resultados

Variáveis	Coeficientes (1)				
	Coeficientes não-padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
	B	Erro padrão	Beta		
Constante	-0,364	0,218	-	-1,666	0,096
Sexo	0,111	0,126	0,056	0,883	0,377
25 a 39 anos	-0,139	0,115	-0,066	-1,208	0,227
40 a 69 anos	0,050	0,116	0,024	0,431	0,667
Mais de 70 anos	-0,167	0,273	-0,029	-0,612	0,541
Mulheres entre 25 e 39 anos	-0,103	0,160	-0,039	-0,644	0,519
Mulheres entre 40 e 69 anos	-0,102	0,156	-0,041	-0,656	0,512
Mulheres com mais de 70 anos	-0,041	0,356	-0,005	-0,114	0,909
Pretos e pardos	0,028	0,061	0,014	0,467	0,641
Amarelos	-0,245	0,214	-0,034	-1,149	0,251
Indígenas	-0,251	0,301	-0,025	-0,833	0,405
Sabe ler, mas não foi à escola	0,641	0,350	0,061	1,834	0,067
Primário incompleto	0,349	0,209	0,082	1,670	0,095
Primário completo	0,240	0,189	0,082	1,270	0,204
Ensino fundamental incompleto	0,209	0,202	0,057	1,031	0,303
Ensino fundamental completo	0,249	0,193	0,084	1,290	0,197
Ensino médio incompleto	0,150	0,201	0,045	0,746	0,456
Ensino médio completo	0,040	0,186	0,018	0,213	0,831
Ensino superior incompleto	0,147	0,206	0,041	0,712	0,477
Ensino superior completo	0,113	0,202	0,032	0,562	0,574
Ser católico	0,278	0,087	0,135	3,211	0,001
Ser evangélico	0,169	0,099	0,071	1,711	0,087

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.
(1) Variável dependente: índice de grau de confiança nas instituições.

A Tabela 5 apresenta os resultados do modelo de regressão para o índice de preconceito de gênero e raça. Como se pode observar, o modelo com maior poder de explicação é o que inclui apenas a variável sexo. Com isso, é possível afirmar *que o melhor preditor das respostas às questões que compõem este índice é o fato de ser ou não mulher,*

sendo que as mulheres têm 16% de razões de chance de serem menos tradicionais do que os homens, no que tange ao preconceito de gênero e raça.

Tabela 5
Modelo mínimos quadrados ordinários para o índice preconceito de gênero e raça – Resultados

Variáveis	Coeficientes (1)				
	Coeficientes não-padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
	B	Erro padrão	Beta		
Constante	0,077	0,041	-	1,873	0,061
Sexo	-0,160	0,058	-0,080	-2,744	0,006

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.
(1) Variável dependente: índice de índice de preconceito de gênero e raça.

Com relação ao modelo que inclui o fator/índice relativo à "opinião sobre corrupção", tomado como VD (Tabela 6), pode-se dizer que ser católico e se autodeclarar preto ou pardo influem no tipo de atitude a respeito desse assunto. Nesse modelo, percebe-se que *ser católico diminui em quase 18% as razões de chance de que um indivíduo apoie ou concorde com fenômenos vinculados à corrupção.* Por outro lado, *ser preto ou pardo aumenta em 12,4% as razões de chance de que uma pessoa tenha percepções mais concordantes em relação à corrupção*. Segundo a interpretação dos coeficientes padronizados da regressão, verifica-se, ainda, que a variável relativa à religião do entrevistado é a que tem maior poder preditivo no modelo apresentado.

Tabela 6
Modelo mínimos quadrados ordinários para o fator opinião sobre a corrupção – Resultados

Variáveis	Coeficientes (1)				
	Coeficientes não-padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
	B	Erro padrão	Beta		
Constante	0,042	0,059	-	0,718	0,473
Ser católico/a	-0,178	0,060	-0,086	-2,944	0,003
Pretos e pardos	0,124	0,059	0,062	2,111	0,035

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.
(1) Variável dependente: opinião sobre a corrupção.

Já no que diz respeito ao índice de ultraconservadorismo, a Tabela 7 mostra que o modelo que melhor explica sua variação é o que inclui o sexo do entrevistado e o fato de ter ou não ensino superior completo. Assim, *as mulheres teriam 17,6% razões de chance de apresentarem percepções menos ultraconservadoras do que os homens e indivíduos que tenham concluído um curso de graduação teriam quase 21% razões de chance de apresentarem percepções menos ultraconservadoras do que os de outros níveis de escolaridade*. Nesse modelo, a variável com maior poder preditivo foi ser do sexo feminino.

Tabela 7
Modelo mínimos quadrados ordinários para o índice de ultraconservadorismo – Resultados

Variáveis	Coeficientes (1)				
	Coeficientes Não-padronizados		Coeficientes Padronizados	t	Sig.
	B	Erro Padrão	Beta		
Constante	0,108	0,042	-	2,575	0,010
Sexo	-0,176	0,058	-0,088	-3,019	0,003
Superior completo	-0,209	0,103	-0,059	-2,031	0,042

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.
(1) Variável dependente: índice de ultraconservadorismo.

No modelo apresentado na Tabela 8, novamente as variáveis que melhor explicam a variação do índice de preconceito de gênero[7] são o sexo e a autodeclaração como pretos ou pardos. Nos dois casos, pertencer ao grupo diminui as chances de o indivíduo ter posturas conservadoras com relação ao índice utilizado neste modelo, ou seja, gênero. E nesse caso, conforme esperado, o fato de ser mulher tem um poder explicativo maior do que ser preto ou pardo, tendo maior influência sobre a variação do índice de preconceito de gênero. Dessa maneira, também como esperado, as mulheres têm opiniões mais destradicionalizadas com relação às questões que compõem o fator que deu origem ao índice.

[7] Composto pelas seguintes questões: (1) “Você acha que a questão da violência doméstica no nosso país é muito séria, é séria, pouco séria ou nada séria?” e (2) “Você acha que a questão da discriminação da mulher no mercado de trabalho no nosso país é muito séria, é séria, é pouco séria ou nada séria?”.

Tabela 8
Modelo mínimos quadrados ordinários para o índice de preconceito de gênero – Resultados

Variáveis	Coeficientes (1)				
	Coeficientes não-padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
	B	Erro padrão	Beta		
Constante	0,240	0,052	-	4,617	0,000
Sexo	-0,324	0,058	-0,161	-5,590	0,000
Superior completo	-0,133	0,058	-0,066	-2,287	0,022

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.
(1) Variável dependente: índice de preconceito de gênero.

Os modelos A e B propostos na Tabela 9 têm como variável dependente a afirmação/fator de que a homossexualidade é uma doença. O modelo A foi o que mais explicou a variação nas respostas a esta questão, tendo como variáveis independentes "ser católico", ensino médio incompleto e autodeclaração de raça como pretos ou pardos. O fato de ser católico é a característica dos entrevistados que tem maior poder de explicação sobre as respostas dadas no sentido da discordância dessa afirmação, seguida pela variável escolaridade ensino médio incompleto e autodeclaração como pretos ou pardos. Dessa forma, portanto, a característica que mais influencia este tipo de opinião é a religião do entrevistado, particularmente a católica. Levando-se em conta que as grandes religiões no Brasil condenam o relacionamento entre pessoas do mesmo sexo, é esperado que esta variável tenha um peso importante na predição do índice. Como se pode ver na Tabela 9, neste modelo, ser católico diminui as chances de o indivíduo concordar com a afirmação.

Tabela 9
Modelo mínimos quadrados ordinários para a afirmação/fator de que a homossexualidade é uma doença – Resultados

Variáveis	Modelo A		Modelo B	
	B	Sig.	B	Sig.
Constante	0,227	0,000***	-0,215	0,000***
Ensino médio incompleto	0,281	0,003***	0,316	0,001***
Pretos e pardos	0,118	0,037**	0,146	0,011**
Ser católico	-0,516	0,000***	-	-
Ser evangélico	-	-	0,438	0,000
N				
R2	0,077		0,049	

Fonte: *Survey* do Consórcio Bertha Lutz, Instituto Ibope/CBL/SPM/PR, 2010. Elaboração das autoras.
(1) Variável dependente: afirmação de que a homossexualidade é uma doença.
** Estatisticamente significativa ao nível de 0,05.
***Estatisticamente significativa ao nível de 0,01.

Levando-se em conta que "ser evangélico" foi identificado anteriormente como uma variável que se relaciona de forma significativa com opiniões conservadoras sobre questões relativas à sexualidade, foi realizada outra análise com o mesmo fator, no sentido de tentar compreender o impacto de cada variável de cunho religioso sobre esta opinião. Assim, foi proposto outro modelo em que, no lugar de ser católico, inseriu-se a variável ser evangélico. Este modelo, apesar de apresentar uma porcentagem de explicação da variação da variável dependente menor do que o anterior (apenas 4,9%), ajuda a perceber que, para a amostra analisada, na interação com variáveis similares, católicos tendem a ser menos conservadores do que evangélicos no que diz respeito à crença de que a homossexualidade é uma doença.

Em ambos os modelos, ser preto ou pardo e ter ensino médio incompleto contribuem para um comportamento mais conservador. Estes resultados contrariam os achados dos modelos apresentados na Tabela 3 (que tem como variável dependente o índice de destradicionalização de sexo/gênero). Ter ensino médio incompleto tem uma relação diretamente proporcional com o fator advindo da afirmação de que a homossexualidade é uma doença. Ou seja, ter ensino médio incompleto corrobora um comportamento mais conservador no tocante à resposta dada a essa questão.

Foi possível observar, nos oito modelos de regressão apresentados, que as variáveis mais recorrentes na explicação dos índices de conservadorismo político foram: pertencer à religião católica (variável presente em quatro modelos) e ser mulher (presente também em quatro modelos). Variáveis relativas à faixa etária e os termos interativos entre idade e sexo não apareceram como efetivamente significativos em nenhum dos modelos. Já a escolaridade se mostrou como variável fundamental para a análise dos seis primeiros índices expostos e foi incluída apenas na explicação dos índices de grau de confiança nas instituições e de ultraconservadorismo.

Considerações finais

Como vimos, os índices aqui construídos foram capazes de identificar eleitores/as brasileiros/as com percepções fortemente conservadoras em termos políticos e percepções fortemente tradicionais em gênero, raça e sexualidade (ou com as duas percepções juntas), sendo este grupo responsável, no Brasil, por manter e perpetuar uma sociedade politicamente anti-igualitária e antidemocrática.

Do ponto de vista do conservadorismo político, de modo muito sintético, pode-se afirmar que as variáveis sociodemográficas mais significativamente explicativas e preditivas de resultados que se alinham nessa direção foram o sexo (ser mulher) e a religião (ser católico) do entrevistado. Neste sentido, ser mulher e ser católico são elementos que, no Brasil, condicionam a experiência de percepções politicamente conservadoras, conforme este trabalho definiu o conservadorismo político. A escolaridade também apareceu como variável significativa em boa parte dos modelos aqui analisados, mas em uma posição de significância estatística secundária em relação às duas primeiras variáveis, afetando mais fortemente a menor confiança nas instituições e também a adoção de percepções políticas ultraconservadoras (mensuradas aqui a partir do apoio à pena de morte e a preferência à ditadura).

No que se refere à confiança depositada nas várias instituições aqui pesquisadas, é possível também concluir que a pouca escolarização (sabe ler, mas não foi à escola e primário incompleto) e as variáveis de religião (ser católico e ser evangélico) aumentam de modo significativo as chances de o indivíduo confiar menos nas instituições (instituições políticas em geral, justiça brasileira, Forças Armadas, Congresso Nacional, governo federal, Polícia Militar e partidos políticos) e também em determinadas características centrais da democracia (como a crença em um julgamento justo e na vigência de direitos básicos). Estes elementos, com certeza, encontraram no nosso último período eleitoral uma capacidade de expressão muito singular.

Merece também destaque o fato de serem perceptíveis o menor conservadorismo político e a menor adesão a valores antidemocráticos (crença no progresso com autoritarismo e em que o Congresso e o Poder Judiciário atrapalham a autonomia presidencial) em um grupo de indivíduos com mais de 70 anos, entre as mulheres na faixa etária de 25 a 39 anos, na condição racial de preto/pardo, assim como na condição de ser escolarizado. Todas estas características, portanto, aumentam as chances de o indivíduo declarar percepções que tenham menos concordância com as questões relacionadas a posturas antidemocráticas. Parece compreensível que a geração que efetivamente participou da resistência ou sofreu as consequências da ditadura militar (indivíduos com mais de 70 anos são de uma coorte da década de 1940 que, em 1964, estava em plena juventude e certamente viveu bem de perto os efeitos do período autoritário no país) tenha percepções mais favoráveis à democracia. Contudo, a situação das mulheres da faixa etária de 25 a 39 anos, a condição declarada de preto/

pardo e a maior escolarização revelam elementos novos e bem desafiantes para se estabelecer um patamar mais esclarecido sobre a adesão valorativa à democracia no país. Neste sentido, é curioso perceber que mulheres que ainda estão se inserindo no mercado de trabalho e os/as negros/as (grupos que certamente experimentam sua condição de opressão), especialmente quando escolarizados/as, sejam aqueles/as que venham a apresentar percepções mais favoráveis à democracia. Estes elementos reforçam aqueles argumentos que insistem em afirmar que os grupos oprimidos (especialmente quando escolarizados) – neste caso as mulheres que estão iniciando sua inserção no mercado de trabalho e os/as negros/as – podem ter, por uma condição de "perspectiva social" (YOUNG, 2006), uma percepção mais aguda da sua situação de subalternização, aderindo de modo mais significativo a posições mais favoráveis à democracia.

Em contrapartida, a variável sociodemográfica mais significativamente explicativa e preditiva de resultados que se alinham na direção de percepções mais fortemente tradicionais no campo das relações de gênero, raça e sexualidade foi, em primeiríssimo lugar, a escolaridade, sendo até possível afirmar que o ponto de inflexão na formação escolar de uma pessoa, no que se refere às suas percepções mais destradicionalizadas em relação a estas dimensões, é a conclusão do ensino médio, sendo que, em alguns casos, observou-se que o curso superior completo predispõe os/as entrevistados/as a terem quase duas vezes mais percepções não tradicionais do que aqueles/as que cursaram apenas até o primário completo.

Assim, conclui-se, com clareza, que os processos continuados de escolarização e, em especial, o acesso à escolarização de nível superior, mesmo com todas as deficiências apresentadas num país com a magnitude dos desafios a serem enfrentados pelo Brasil, são condições que podem reverter quadros de percepção e valoração normativos, morais e éticos tradicionais na direção positiva do reconhecimento das diferenças, da liberdade e da diversidade de expressões nos campos das relações de gênero, etnorraciais e de diversidade sexual.

Destacou-se, na análise do tradicionalismo de gênero no que se refere ao espaço privado, que a condição etnorracial ser preto ou pardo aumenta as chances de um indivíduo ser mais tradicional com relação ao papel ocupado pelas mulheres na família. Aqui sinaliza-se, então, para a constatação empírica de um enraizamento que parece ser ainda mais profundo e severo no que tange as condições de opressão das mulheres negras em nossa sociedade: estas permanecem percebidas ainda mais fortemente como ligadas ao mundo doméstico/privado (lembrando-se que

foram utilizadas como medidas desta ligação ao privado as questões "a educação dos filhos é responsabilidade da mãe", "o trabalho doméstico é tarefa da mulher", "o homem deve ser o principal responsável pelo sustento da família", "a mulher deve ser a principal responsável pelo planejamento familiar e uso de métodos contraceptivos").

Do outro lado destas percepções, sobre os valores associados ao tradicionalismo de gênero nos espaços públicos e a valoração das mulheres na política institucional, passa a ser o fator geracional (entrevistados/as com mais de 70 anos) que aumenta as chances de o indivíduo ter uma atitude mais tradicional, assim como, nas percepções da ocupação de cargos de mulheres na política institucional, existe uma relação positiva apenas para o grupo das mulheres de 40 a 69 anos (significando dizer que pertencer a este grupo, como visto, aumenta as chances de a pessoa ter uma atitude mais tradicional neste sentido). Aqui é o elemento geracional que volta a condicionar a percepção de mais tradicionalismo de gênero: mais uma vez, parece compreensível o fato de indivíduos com mais de 70 anos terem percepções nesta direção, mas e as mulheres na faixa etária de 40 a 69 anos? Esta questão permanece em aberto para estudos e pesquisas posteriores.

Naquilo que possa se referir aos contornos, apenas insinuados aqui nesta pesquisa, sobre o preconceito racial, destacou-se que ser preto ou pardo produz, como esperado, uma posição de resistência ao preconceito (e aqui retoma-se o mesmo argumento da "perspectiva social" apresentado anteriormente) e observou-se, ainda, o surpreendente fato de que, apesar de a variável escolaridade interferir fortemente, tal percepção de discriminação, contudo, não diminui em nosso país com o aumento da escolaridade. Em outro índice deste conjunto (o de destradicionalização de gênero), foi possível perceber outra nuance interessante: são as mulheres e igualmente os/as entrevistados/as pretos/as e pardos/as que tendem a apresentar padrões de percepção mais destradicionalizados em relação a temas extremamente polêmicos na sociedade brasileira, a saber: a união de pessoas do mesmo sexo; a descriminalização do aborto; e a crença de que *gays* e lésbicas podem ser tão bons líderes quantos os heterossexuais.

Tal resultado fornece pistas de como as experiências vividas por estes indivíduos – e que conformariam uma determinada "perspectiva social" – afetam a forma como estes se comportam com relação a temas considerados polêmicos ou passíveis de atitudes entendidas como de cunho preconceituoso/discriminatório. O que apontam autores como a própria Young (2006) é que seria possível, mesmo não compartilhando de uma

mesma perspectiva social, que se compartilhe uma situação similar de opressão. Isto faria com que estas pessoas tivessem, entre si, uma maior proximidade do que os outros que não vivenciaram tal tipo de situação. Esta forma de solidariedade, emergida do compartilhamento de experiências de opressão e exclusão social, pode se apresentar em vários espaços e situações, como mostra Pinheiro (2007, p. 173), num estudo sobre o comportamento legislativo das deputadas federais e senadoras ao longo de quatro legislaturas. A autora chega à seguinte afirmação:

> [Há] uma tendência em atender à população mais carente e mais excluída do centro econômico do país, que tem pouco acesso à renda produzida ou aos direitos sociais. As noções de partilhamento de experiências, nesse caso, colocam as mulheres – um dos grupos que vivenciam processos fortes de exclusão, especialmente no campo político – em situação de proximidade daqueles grupos que vivenciam tal situação a partir de outro ponto no espaço social. Constituem-se, assim em defensoras de seus interesses e necessidades na Câmara.

Um exemplo disso é o fato de as principais defensoras dos direitos da comunidade LGBT, no Congresso Nacional, serem, justamente, as legisladoras, que, na ausência de legisladores/as pertencentes a estes grupos – historicamente excluídos e vítimas constantes das mais diversas formas de enunciação de preconceitos –, cumprem o papel de representantes dos seus interesses. Argumentos que seguem nessa direção, portanto, poderiam auxiliar a compreender tais resultados, de forma que alguns respondentes desta pesquisa, autodeclarados pretos ou pardos e as mulheres, por viverem sistemas de opressão parecidos aos pertencentes à comunidade LGBT, tenderiam a responder às questões relacionadas às temáticas destes grupos de forma menos tradicional. O mesmo argumento pode ser levantado naquilo que diz respeito à questão do direito da mulher à autonomia sobre o próprio corpo.

A campanha eleitoral brasileira de 2010, apesar de ter eleito a primeira mulher na nossa história para a Presidência da República do país, foi uma campanha eivada de denúncias, "provas documentais", debates inflamados (nos meios de comunicação e nas redes sociais, sobretudo) e acusações recíprocas de candidatos/as que tiveram em temas "polêmicos" (aborto, união estável entre homossexuais, direitos humanos, etc.) parte substantiva de responsabilidade por uma renovada abordagem extremamente conservadora feita, através do voto, pelo eleitorado brasileiro. Até mesmo o efeito de um uso eleitoreiro da religião tornou-se neste último pleito evidente (PIERUCCI, 2011). Para aquilo que nos interessa neste trabalho, cabe destacar

que tal "conservadorismo" reavivado do eleitorado brasileiro foi "a gota que faltava a derramar do copo" para que o efeito desejável e ansiosamente esperado de termos duas mulheres candidatas ao cargo máximo do país (e o fato de termos eleito uma delas à Presidência do país) não tivesse quase nenhum impacto nos demais espaços das candidaturas no âmbito desta eleição. Apesar de o tema das mulheres na política ter estado nas frentes de disputa de inúmeros espaços discursivo-eleitorais, o resultado final das urnas, como vemos nos demais estudos desta coletânea, ratificou a onipresente posição de subordinação política das mulheres.

Referências

ADAM, B. Detraditionalization and the certainty of uncertain futures. In: HEELAS, P.; LASH, S.; MORRIS, P. (Orgs.). **Detraditionalization**: critical reflections on authority and identity at a time of uncertanity. Oxford: Blackwell Publishers, 1996, p. 134-148.

BAQUERO, M. Democracia, cultura e comportamento político: uma análise da situação brasileira. In: FUKS, M.; PERISSINOTO, R. M. (Orgs.). **Democracia teoria e prática**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

CONNELL, R. W. **Masculinities**. Los Angeles: University of California Press, 1995.

DEWEY, J. **The public and its problems**. Chicago: Swallow, 1927.

GIDDENS, A. **The consequences of modernity.** Cambridge: Polity, 1991.

GIDDENS, A.; BECK, U.; LASH, S; **Modernização reflexiva**: política, tradição e estética na ordem social moderna. São Paulo: Unesp, 1997.

HEELAS, P.; LASH, S.; MORRIS, P. (Orgs.). **Detraditionalization**: critical reflections on authority and identity at a time of uncertanity. Oxford: Blackwell Publishers, 1996.

KIM, J.; MUELLER, C. W. **Factor analysis**. Statistical methods and practical issues. Sage publications, 1978.

LUKE, T. W. Identity, meaning and globalization: detraditionalization in postmodern space-time compression. In: HEELAS, P.; LASH, S.; MORRIS, P. (Orgs.). **Detraditionalization**: critical reflections on authority and identity at a time of uncertanity. Oxford: Blackwell Publishers, 1996, p. 109-133.

MARIANO, R. **Neopentecostais**: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil. São Paulo: Loyola, 1999.

MATOS, M. **Reinvenções do vinculo amoroso**: cultura e identidade de gênero na modernidade tardia. Belo Horizonte: Ed. UFMG/IUPERJ, 2000.

________. Teorias de gênero e teorias e gênero? Se e como os estudos de gênero e feministas se transformaram em um campo novo para as ciências. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 16, n. 2, p. 333-357, maio/ago. 2008.

________. Em busca de uma teoria crítico-emancipatória feminista de gênero: reflexões a partir da experiência da política na ausência das mulheres. In: MATOS, M. (Org.). **Enfoques feministas e os desafios contemporâneos**: perspectiva feminista de gênero na política e nas políticas públicas. Belo Horizonte: FAFICH/DCP, 2009, v. 4, p. 59-112.

________. O movimento e a teoria feminista em sua nova onda: entre encontros e confrontos, seria possível reconstruir a teoria feminista a partir do sul global? **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 18, n. 36, p. 67-92, jul. 2010.

MOISÉS, J. A. **Os brasileiros e a democracia**: bases sócio-políticas da legitimidade democrática. São Paulo: Ática, 1995.

MORAES, O. B.; ABIKO, A. K. Utilização da análise fatorial para a identificação de estruturas de interdependência de variáveis em estudos de avaliação pós-ocupação. In: XI ENCONTRO NACIONAL DE TECNOLOGIA NO AMBIENTE CONSTRUÍDO (ENTAC).

PAIVA, D.; SOUZA, M. R.; LOPES, G. F. As percepções sobre democracia, cidadania e direitos. **Revista Opinião Pública**, Campinas, v. X, n. 2, p. 368-376, 2004.

PIERUCCI, A. F. Eleição 2010: desmoralização eleitoral do moralismo religioso. **Revista Novos Estudos**, São Paulo, n. 89, março 2011, p. 05-15, 2011.

PINHEIRO, L. **Vozes femininas na política**: uma análise sobre mulheres parlamentares no pós-Constituinte. Brasília: Secretaria Especial de Política para as Mulheres, 2007.

ROSE, R. Medidas de democracia em surveys. **Revista Opinião Pública**, Campinas, v. VIII, n. 1, p. 1-29, 2002.

SANTOS, J. A. F. A interação estrutural entre a desigualdade de raça e gênero no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 24, n. 70, p. 37-60, 2009.

THOMPSON, J. B. Tradition and self in a mediated world. In: HEELAS, P.; LASH, S.; MORRIS, P. (Orgs.). **Detraditionalization**: critical reflections on authority and identity at a time of uncertanity. Oxford: Blackwell Publishers, 1996, p. 89-108.

TOURAINE, A. **Crítica da modernidade**. Tradução: Elia Ferreira Edel. Petrópolis: Vozes, 1994.

VINCENT, J. E. **Factor analysis in international relations**: interpretation problem areas and application. Gainsville: University of Florida Press, 1971.

YOUNG, I. Representação política, identidade e minorias. **Lua Nova**, n. 67, 2006.

Quem vota em quem: um retrato das intenções de voto nas eleições para presidente em setembro de 2010*

Suzana Cavenaghi**
José Eustáquio Diniz Alves***

A literatura brasileira é rica nos estudos sobre os determinantes do voto. Singer (2000), analisando as eleições de 1989 e 1994, considera que a divisão ideológica entre esquerda e direita foi decisiva na escolha do eleitor. Porém, esta configuração ideológica não é estanque. Ao abordar as eleições presidenciais de 2006, Singer (2009, p. 84) faz uma distinção entre petismo e lulismo, afirmando que "O subproletariado, que sempre se manteve distante de Lula, aderiu em bloco à sua candidatura depois do primeiro mandato, ao mesmo tempo em que a classe média se afastou dela".

Rennó e Cabello (2010) também analisam o descolamento entre o voto em Lula e o voto no Partido dos Trabalhadores (PT), mostrando a distribuição diferenciada das forças sociais e espaciais que apoiam o lulismo e o petismo. Terron e Soares (2010) analisam a "dinâmica geossocial" do distanciamento da votação de Lula e dos candidatos do PT a deputado federal. Os autores consideram que: "O Programa Bolsa Família, principal responsável pela guinada abrupta da base eleitoral do presidente Lula para o norte e no nordeste, em 2006, cria um vínculo entre o eleitor e o presidente sem a intermediação de outros atores políticos, e permite uma aproximação maior com os prefeitos, independente de partido" (TERRON; SOARES, 2010, p. 25).

---

* As opiniões expressas neste trabalho são dos autores e não necessariamente refletem aquelas da Instituição de afiliação.

** Doutora em demografia, professora e pesquisadora da Escola Nacional de Ciências Estatísticas (Ence) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

*** Doutor em demografia, professor e pesquisador da Escola Nacional de Ciências Estatísticas (Ence) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Dessa forma, a ideologia não deixa de ser um fator importante da decisão do voto, mas as bases sociais que sustentam as forças de esquerda e direita podem mudar a partir das ações das várias forças sociais e políticas e, principalmente, diante da presença de um líder carismático como o ex-presidente Lula. Neste quadro, a capacidade de transferência de votos é decisiva para os resultados eleitorais.

Por outro lado, para Reis (2010), a criação de identificações político-partidárias estáveis em torno do PT e do PSDB poderia redundar num sistema partidário consolidado e com menores disputas ideológicas. Lourenço (2007) sugere que, a despeito da ideologia, as estratégias adotadas durante a campanha eleitoral interferem na escolha do voto. Já Carreirão (2004) mostra que os eleitores não são indiferentes às características pessoais dos candidatos, como carisma, personalidade, qualificação pessoal e profissional, etc.

Almeida (2008) aborda os determinantes do voto a partir do desempenho das forças de situação e oposição, pois uma administração governamental bem avaliada é um fator decisivo para a tomada de decisão do eleitorado. Oliveria (2010, p. 8), sintetizando diversas contribuições, lista cinco motivações que podem determinar as escolhas dos eleitores: "1) Ideologia; 2) Guia eleitoral/Estratégias de campanha; 3) Características do candidato; 4) Administração bem avaliada; 5) Situação econômica do país ou do eleitor".

Segundo Guedes (2010), as condições econômicas e sociais do Brasil, em 2010, favoreciam fortemente a candidatura de Dilma Rousseff, que tendia a ter mais votos nas regiões Norte e Nordeste, entre o eleitorado masculino, nos eleitores adultos e idosos e entre aqueles com menores níveis de renda e escolaridade. De modo geral, este foi o quadro indicado de intenções de voto, ao longo de 2010, nas pesquisas divulgadas pelos quatro principais Institutos brasileiros que realizaram pesquisas no período eleitoral (Datafolha, Ibope, Sensus e Vox Populi).

De fato, o posicionamento ideológico e a identificação entre o eleitor, o candidato e o partido não seguem uma racionalidade rígida, pois o sistema político brasileiro é muito flexível e amorfo e não segue o mesmo padrão em todas as regiões do país, apresentando idiossincrasias de todo tipo. Embora a maioria das análises das médias das intenções de votos dos diversos *surveys* nacionais reforce as características típicas dos eleitores de Dilma Rousseff – vale dizer, pessoas mais à esquerda, mais pobres, menos escolarizadas, católicas, do sexo masculino, de meia idade e das regiões menos desenvolvidas –, na prática existe uma transversalidade entre as variáveis sociais, espaciais e demográficas.

O objetivo deste trabalho é realizar uma análise multivariada, que permita identificar grupos de indivíduos com perfis semelhantes com relação à intenção de voto declarada aos três candidatos com maior porcentagem de intenções de voto na eleição para presidente da República em 2010. Será dada ênfase específica a questões de gênero, controlando por variáveis sociodemográficas e comportamentais dos eleitores. Para cumprir esse objetivo, apresentam-se, em primeiro lugar, as características dos dados e uma descrição das variáveis e métodos utilizados. Na seção seguinte, analisa-se o perfil dos eleitores com relação à intenção de voto declarada, a partir de duas abordagens: uma análise exploratória simples; e uma multivariada (classificação por árvore de decisão). Finalmente, buscam-se respostas à pergunta sobre quais fatores mais afetavam as intenções de voto nas eleições para presidente de 2010 naquele momento da pesquisa, a partir de um modelo logístico multivariado.

Dados e métodos

Dados

Os dados utilizados neste trabalho são oriundos da pesquisa de campo elaborada especificamente para os propósitos do projeto ”Mulheres nas eleições de 2010: Consórcio Bertha Lutz”, doravante identificada como Ibope/CBL 2010. Este levantamento de dados teve que ser adaptado para se encaixar em um modelo de survey desenhado pelo instituto de pesquisa que realizou o campo, o Ibope Inteligência. Foi produzido um questionário[1] com cerca de 40 perguntas, das quais algumas eram simples e outras compostas com vários subitens,[2] seguindo uma estrutura utilizada para coletar informações sobre intenções de voto para eleições presidenciais e, também, características e opiniões dos eleitores entrevistados. A coleta de dados se deu basicamente na terceira semana de setembro de 2010, com algumas entrevistas realizadas na última semana, ou seja, nos 15 dias anteriores à realização do primeiro turno das eleições de 2010.

O modelo de amostragem utilizado é o de conglomerados em três estágios, com os dois primeiros selecionados de forma probabilística e o último por cotas. No primeiro estágio foram selecionados os municípios por meio do método de Probabilidade Proporcional ao Tamanho (PPT), ordenados por tamanho dentro dos Estados, com base nos votantes de

[1] O questionário completo pode ser solicitado à coordenação da pesquisa.
[2] As entrevistas duravam de 30 a 40 minutos.

16 anos ou mais de cada município, obtidos a partir dos dados registrados no TSE nas eleições de 2008. No segundo estágio foram selecionados os setores censitários com amostra PPT sistemática. A medida de tamanho é a população de 16 anos ou mais residente nos setores. No terceiro e último estágio foram selecionados de maneira não probabilística em cada setor, um número fixo de respondentes segundo cotas das variáveis[3] sexo, idade, grau de instrução e setor de atividade laboral, que representavam a distribuição destas variáveis segundo resultados do Censo Demográfico de 2000.

Em sua maioria, as entrevistas foram realizadas nos domicílios residenciais, mas, para completar as cotas, foram entrevistadas algumas pessoas no local de trabalho e algumas ainda na rua, porém, todas eram residentes do setor censitário correspondente. O procedimento de abordagem dentro de um setor é feito por face de quadra, onde uma é selecionada aleatoriamente para início e se dá sequência às entrevistas até completar a cota preestabelecida. Todo o procedimento adotado busca melhorar o espalhamento da amostra, mas ressalta-se que o plano amostral da pesquisa utilizada pelo Ibope Inteligência é por cotas e, portanto, não se trata de uma pesquisa amostral probabilística. Assim, as medidas estimadas por inferência estatística e medidas de associação de erro apresentadas neste trabalho devem ser tomadas com os devidos cuidados, pois representam somente uma aproximação, com grau de confiança não conhecido, ao que seria uma amostra aleatória simples, caso existisse uma lista de eleitores (universo) com as variáveis utilizadas nas cotas conhecidas previamente.

Deve-se ressaltar que o plano amostral incluiu uma sobreamostragem de dois Estados (São Paulo e Bahia), onde foram realizadas pesquisas com técnica de grupos focais (analisados em outro capítulo desse livro), com a intenção inicial de buscar maior representatividade para o survey nestes Estados, com um total de 2.310 entrevistas realizadas. Para a análise aqui realizada, esta sobreamostragem foi reponderada de forma a representar a população de eleitores de maneira proporcional nos Estados, com um total de 2.002 entrevistas.

Variáveis e indicadores

---

[3] As categorias utilizadas para as variáveis foram: sexos masculino e feminino; idade em grupos de 16-17, 18-24, 25-29, 30-39, 40-49, 50-69 e 70 anos e mais; grau de instrução de pessoa com até 4ª série do ensino fundamental, de 5ª à 8ª série do ensino fundamental e ensino médio e superior; e os setores de atividade foram agricultura, indústria de transformação, indústria de construção, outras indústrias, comércio, prestação de serviços, transporte e comunicação, atividade social, administração pública, outras atividades, estudantes e inativos.

Nesta seção descrevem-se as variáveis, com suas categorias utilizadas e os indicadores calculados para utilização neste capítulo. Deve-se chamar atenção, inicialmente, para o fato de que algumas variáveis escalares foram coletadas de forma agregada, como, por exemplo, idade e anos de estudo, mas são informações coletadas diretamente no questionário. Os indicadores, em geral, foram calculados a partir da combinação de mais de uma variável e aqui se apresenta o método utilizado para estimação e agregação destes dados.

Variáveis sociodemográficas e econômicas dos eleitores

Com relação às regiões de residência dos eleitores, vale um esclarecimento metodológico. Estas foram agrupadas para permitir uma análise mais consistente, dado o tamanho reduzido da amostra, o que dificultaria análises individuais para as Regiões Norte e Centro-Oeste. Assim, tomando-se por base a maior semelhança regional na distribuição das intenções de voto, utilizaram-se três agrupamentos de regiões: Norte e Nordeste; Sudeste; e Sul e Centro-Oeste.

As características sociodemográficas e econômicas dos eleitores consideradas para análise foram: sexo; idade (menos de 29, 30-49 e 50 anos ou mais); raça/cor (branca, parda, preta e outra); grau de instrução (até 4a. série, 5a. série a ensino médio e ensino superior; “classe social” (A/B, C e D/E); renda familiar total (NS/NR, 0-1 s.m., 2-5 s.m. e mais de 5 s.m.); condição de atividade laboral (não trabalha e trabalha); região de residência (Norte e Nordeste, Sudeste, Sul e Centro-Oeste); religião (católicos e não-católicos); frequência a culto (NS/NR, nunca, menos uma vez por mês, 1-3 vezes por mês, uma vez por semana e mais de uma vez por semana); recebimento de programa social (sim e não). As variáveis que não têm categoria de não resposta tiveram estes valores imputados pelo valor médio, uma vez que o percentual de não resposta era muito pequeno.

Indicadores e índices de comportamento social, político e cultural dos eleitores

As características dos candidatos incluídas na análise são provenientes de duas perguntas no questionário. A primeira era: “Quais destas características dos candidatos você leva em consideração no momento de definir o seu voto para presidente nesta eleição?”. Foram apresentadas aos entrevistados 16 características, que se referiam a dimensões distintas: partido político; experiência política; programa de governo; experiência administrativa; idade; sexo (se é homem ou mulher); raça; religião; região

de nascimento; grau de escolaridade; simpatia; inteligência; honestidade; aparência; age com o coração; e opção sexual (homossexual X heterossexual). A segunda questão procurava identificar que dimensão destas características o eleitor mais levava em consideração no momento de decidir o voto: "O que é mais importante para você na hora de votar em um candidato para presidente da República? Você diria que é a pessoa do candidato, o partido, suas propostas ou o seu passado político, o que ele já fez?".

Os indicadores de comportamento que foram definidos a partir de perguntas diretas do questionário foram:

- *Votaria em mulher*, com a pergunta "Você votaria ou não votaria em uma mulher para presidente?", com as seguintes alternativas: 1) Votaria; 2) Não votaria; 3) Depende (espontânea); 8) Não sabe; 9) Não respondeu;
- *Aprovação do governo Lula*, com a pergunta "Como você classifica, até o momento, a administração do Presidente Lula?", com as alternativas 1) Ótima; 2) Boa; 3) Regular; 4) Péssima; 5) Ruim; 8) Não sabe e 9) Não respondeu;
- *Votaria em indicação de Lula*, com a pergunta "O fato de o presidente Lula apoiar um candidato à Presidência nas eleições desse ano faz com que você:" 1) Com certeza vote neste candidato; 2) Venha a votar, dependendo do candidato; 3) Não vote de jeito nenhum em um candidato apoiado pelo presidente Lula; 4) Outra resposta, 8) Não sabe, 9) Não respondeu.

Os demais indicadores foram definidos a partir da combinação de perguntas com escalas de respostas que iam de 1 a 5 para caracterizar concorda totalmente até discorda totalmente. A partir de análise de redução de dimensão dos dados, com a utilização de análise fatorial e extração dos fatores pelo método das componentes principais, chegou-se a indicadores-resumo. O método aplicado busca identificar variáveis latentes, ou fatores, que explicam os padrões de correlações em uma série de variáveis observadas. Após a identificação destes fatores, os valores (*scores*) foram classificados em 3 ou 4 categorias, empregando-se o método de agrupamento conhecido como *k-means,* que permite a classificação de grupos relativamente homogêneos internamente com base na distribuição dos casos. Os indicadores estimados (e suas categorias) e as perguntas escalares utilizadas foram:

- *Fator de gênero na sociedade* (mais liberal, moderado, mais conservador), a partir das afirmações: 1) O homem é mais inteligente

que a mulher; 2) A educação dos filhos é responsabilidade da mãe; 3) O trabalho doméstico é tarefa da mulher; 4) O homem deve ser o principal responsável pelo sustento da família; e 5) As mulheres devem se casar virgens;

- *Fator de gênero na política* (liberal, moderado, conservador), com as perguntas: 1) De um modo geral, as mulheres têm força suficiente para enfrentar a política? 2) Muitos brasileiros estão preparados para eleger uma mulher presidente da República? e 3) De um modo geral, gays ou lésbicas são tão bons líderes quanto os heterossexuais?;
- *Fator homossexualismo e aborto* (liberal, neutro-liberal, neutro-conservador, conservador), a partir da concordância ou discordância do entrevistado em relação às seguintes afirmações: 1) Sou a favor da união de pessoas do mesmo sexo; e 2) A mulher deveria ter o direito de decidir se continua uma gravidez ou se faz um aborto;
- *Fator consciência racial* (alta, neutra, baixa) criada a partir das afirmações: 1) Os negros têm muito do que se queixar no Brasil; e 2) Mulheres negras sofrem mais preconceito do que mulheres brancas;
- *Fator boa governança com mulheres* (aumentaria, neutro, diminuiria), criado com a pergunta "Caso mais mulheres fossem eleitas, o que você acha que aconteceria com o(a) (leia cada item abaixo), você diria que aumentaria ou diminuiria?" itens: 1) honestidade na política; 2) competência na política; 3) compromisso com eleitores; 4) capacidade administrativa; 5) autoridade dos governantes; 6) grau de democracia do país; 7) o bem-estar da população; e 8) o prestígio do Brasil no exterior;
- *Fator conivência com corrupção* (nenhuma, justificada, moderada/total), estimado a partir de duas perguntas colocando situações específicas de corrupção e perguntando ao entrevistado como ele considerava a situação: 1) É corrupção e ela deve ser castigada; 2) É corrupção, mas se justifica; ou 3) Não é corrupção. A primeira situação era: "Imagine uma situação em que uma mãe com vários filhos precisa tirar uma certidão de nascimento para cada um deles. Para não perder tempo esperando, ela paga R$10 reais para um funcionário público". A segunda era: "Uma pessoa desempregada é cunhada de um político importante e esse usa sua posição para arrumar-lhe um emprego".
- *Fator regime democrático* (a favor, favor/neutro, contra), definido a partir da composição de duas perguntas. A primeira dizia: "Com

> qual das seguintes frases você está mais de acordo: 1) A democracia é preferível a qualquer outra forma de governo; 2) Para pessoas como eu, tanto faz um regime democrático ou um não democrático, ou; 3) Em algumas circunstâncias, um governo autoritário pode ser preferível a um democrático?" A segunda pergunta era: "Existem pessoas que dizem que precisamos de um líder forte, que não seja eleito através do voto. Outros dizem que, ainda que as coisas não funcionem, a democracia eleitoral, ou seja, o voto popular é sempre o melhor. O que você pensa?", com as seguintes alternativas de resposta: 1) Necessitamos de um líder forte que não seja eleito através do voto; ou 2) A democracia eleitoral é o melhor.

É importante ressaltar que o *survey* realizado pelo Ibope para o Consórcio Bertha Lutz, nas duas últimas semanas de setembro de 2010, ocorreu em um período em que a candidatura Dilma Rousseff registrava índices que apontavam a vitória no primeiro turno. Neste período, a candidata do PT não apenas apresentava bom desempenho entre as parcelas mais pobres e menos escolarizadas do eleitorado, mas também tinha amplo apoio das "classes médias", especialmente das Regiões Norte e Nordeste. Assim, os resultados deste *survey* são úteis para verificar as diferenças sociodemográficas e comportamentais nas intenções de voto, permitindo um retrato do quadro eleitoral daquele momento, ou quem votaria em quem se o contexto tivesse permanecido o mesmo até o momento da eleição.

Métodos e abordagem de análise

A análise das intenções de voto pode ser empreendida de vários pontos de vista. Sabe-se que as características individuais e as posturas ideológicas e políticas dos eleitores podem afetar as escolhas, assim como as características institucionais e partidárias de vinculação dos candidatos, sendo que todas estas são mediadas pelo contexto sociopolítico corrente e pelas estratégias de *marketing* em que se dão as eleições. O questionário da pesquisa com os eleitores buscou levantar características que cobrem vários destes aspectos mencionados, para avaliar quais e de que maneira afetavam a escolha dos eleitores nas eleições presidenciais de 2010. No entanto, deve-se estar atento que as variáveis utilizadas são informações coletadas com o eleitor (suas opiniões e declarações) e não constituem medidas externas sobre, por exemplo, as características do candidato.

Para a análise dos dados neste trabalho utiliza-se, em primeiro lugar, uma análise exploratória das intenções de voto segundo características

socioeconômicas e demográficas dos eleitores, a partir de uma relação bivariada, considerando também como esta relação se dá em nível regional e apresentando uma análise exploratória multivariada destas relações por meio de um modelo de classificação em árvore. Em segundo lugar, apresenta-se uma análise exploratória das intenções de voto segundo características comportamentais dos eleitores, partindo de uma análise exploratória multivariada, também com a aplicação de modelos de classificação em árvore. As variáveis comportamentais são separadas em duas categorias: aquelas que indicam quais as características dos candidatos são levadas em consideração pelo eleitor no momento da definição de seu voto para presidente da República; e aquelas que indicam posturas ideológicas, políticas e culturais. Por último, todas as categorias de características dos eleitores são avaliadas conjuntamente em um modelo logístico multinomial, que investiga quais destas características apresentam relações mais fortes e estatisticamente significante com a intenção de voto declarada pelo eleitor, em momento anterior ao primeiro turno nas eleições presidenciais de 2010.

A variável dependente nas análises multivariadas é a intenção de voto. Em um primeiro momento, nos modelos de classificação em árvore, esta é definida em quatro categorias, que incluem os três candidatos mais votados, e uma categoria que engloba todas as demais respostas dadas (1% de outros candidatos, “não sabe”, “não responde”, brancos e nulos), utilizando-se, assim, as informações de todos os entrevistados, que totalizam 2.002 eleitores. Posteriormente, para a análise logística multinomial, utilizam-se somente os dados de intenções de voto nos três candidatos mais votados (o que corresponde às respostas de 1.660 eleitores). As variáveis dependentes utilizadas e suas categorias foram definidas na seção anterior e, a seguir, apresenta-se uma breve descrição dos modelos estatísticos empregados, visando familiarizar o leitor com os pressupostos e objetivos dos modelos, assim como explicitar algumas escolhas de parâmetros e técnicas selecionadas para o ajuste.

Modelo de classificação em árvore

Para a análise exploratória múltipla, foi selecionado o modelo de classificação por árvore de decisão, proposto inicialmente por Hunt, Marin e Stone (1966) e com vários desenvolvimentos posteriores. Tal modelo classifica os casos/observações (eleitores) em grupos com relação a uma variável dependente (intenção de voto), baseando-se nos valores das variáveis independentes (sociodemográficas e comportamentais). O modelo

pode ser usado para identificar pessoas que têm probabilidade de serem membros de um grupo em particular. A maior vantagem deste modelo é sua fácil interpretação para o evento em análise.

O método permite a estimação de uma medida de risco que indica qual a veracidade de predição do ajuste. Para uma variável dependente categórica, como é o caso das intenções de voto, esta medida indica a proporção de casos classificados incorretamente. A técnica também possibilita a estimação de uma tabela de classificação de dados observados para a variável dependente, comparados com dados preditos no modelo para cada categoria da variável.

O ajuste do modelo parte de um único grupo com a distribuição para a variável dependente e a partir daí busca as variáveis no modelo para que a árvore vá crescendo em forma de nós. Existem vários métodos para estimar quais variáveis independentes, da lista incluída no ajuste, devem fazer parte dos diferentes ramos da árvore de decisão. No presente trabalho, selecionou-se o método conhecido como *Exhaustive CHAID*, que examina todas as separações possíveis por método de máxima verossimilhança. A cada passo, o modelo escolhe, entre as variáveis independentes, qual tem a interação mais forte com a variável dependente (intenção de voto). As categorias das variáveis independentes são agrupadas se estas não forem estatisticamente diferentes com respeito à variável dependente. Duas restrições foram colocadas no modelo: o número máximo de níveis/ramos seria três; e cada agrupamento superior necessitaria de, pelo menos, 100 casos e o nó inferior de, pelo menos, 50 casos.

Modelo logístico multinomial

O modelo logístico multinomial é apropriado para análise de eventos em que a variável de interesse (variável dependente) é categórica e não apresenta ordenamento natural e igualmente espaçado. Se a variável tem somente duas categorias, o modelo logístico binário pode ser aplicado, mas, com três ou mais categorias para a variável dependente, deve-se utilizar um modelo multinomial, como bem detalhado e exemplificado por Hosmer e Lemeshow (2000).

A variável dependente neste ajuste (a intenção de voto) não inclui a categoria residual (candidatos menos votados, indecisos e nulos), dada a dificuldade de comparação desta com as demais categorias (intenção de voto em Dilma, Serra e Marina). Adicionalmente, como o objetivo é analisar a participação das mulheres nas eleições, utilizou-se a intenção de voto em Serra como categoria de referência da variável dependente.

Ou seja, com o ajuste deste modelo, buscam-se as relações para cada covariável, ao compará-la à variável dependente em pares binários, isto é, comparação de Dilma com Serra e de Marina com Serra em relação a um fator específico, como sexo do eleitor.

A comparação entre as variáveis é feita pela razão de chances, que corresponde ao cociente da probabilidade de escolher o candidato da categoria de comparação em relação ao candidato de referência. Como o modelo multinomial pode ser aproximado por modelos logísticos binomiais separados (HOSMER; LEMSHOW, 2000), a seleção de variáveis para o melhor ajuste do modelo foi feita pelo método *forward stepwise*, em que cada variável vai sendo acrescentada no ajuste e, se os testes estatísticos indicarem que ela agrega informação de maneira significativa no modelo, a variável permanecerá. O *software* utilizado para o ajuste foi o SPSS, com o procedimento NOMREG.

As categorias de referência das covariáveis foram definidas de forma que fosse facilitada a comparação entre cada par binário da variável dependente. As categorias utilizadas estão indicadas na tabela de resultados do modelo (Tabela 4). Adicionalmente, várias medidas de qualidade do ajuste do modelo são analisadas, como Pseudo R^2 de Cox e Snell de Nagelkerke e de McFadden, além da tabela de classificação de dados observados *versus* preditos para a variável dependente.

Perfil dos eleitores: análise exploratória

Como mencionado, o contexto específico de cada momento eleitoral e as estratégias de campanha são muito importantes no resultado final das eleições. Na atualidade, as estratégias de campanha têm se baseado enormemente em resultados de pesquisas que buscam identificar os perfis dos eleitores para os quais deveriam ser dirigidas estratégias específicas, ou ainda traçados planos de ações globais. Assim, a busca por entender quem é o eleitor que vota em um ou outro candidato é constante ao longo da campanha e pode mudar rumos anteriormente previstos. Nesta seção, busca-se explorar quais eram as características sociodemográficas e econômicas que indicavam intenção de voto maior ou menor para os três candidatos mais bem posicionados para a eleição de presidente da República, durante a realização da pesquisa de campo. Esta análise, em um primeiro momento, é tomada a partir de uma visão exploratória simples das características dos eleitores, mas agregando um enfoque regional. Em seguida, procura-se explorar de que maneira estas variáveis tomadas em conjunto, numa análise exploratória multivariada, identificam grupos

com distintas distribuições de intenções de voto para os eleitores em geral e, posteriormente, como o sexo do eleitor pode ou não diferenciar perfis distintos nas intenções de voto.

Características sociodemográficas, econômicas e regionais dos eleitores e a intenção de voto

As variáveis utilizadas para identificar o perfil sociodemográfico e econômico dos eleitores e a descrição das categorias consideradas para análise nesta seção estão detalhadas na Tabela 4. Estas variáveis consideram informações sobre idade, sexo, raça/cor, educação, "classe social", rendimento familiar total, participação na força de trabalho, religião, frequência a culto e recebimento de programa social.

Antes de apresentar os dados e sua análise, é importante situar que a coleta dos dados ocorreu em um período em que a candidatura de Dilma Rousseff atingia seus mais altos índices de intenções de voto, José Serra estava em seus percentuais mais baixos e Marina Silva ainda não tinha iniciado sua ascensão, que ocorreu na última semana antes do primeiro turno. As outras seis candidaturas ficaram com algo em torno de 1% dos votos, o que não permite análises por diferentes características dos eleitores. Finalmente, destaca-se que o percentual de pessoas que declararam voto branco, nulo ou "não sabe" (indeciso) ainda era muito alto naquele momento. Assim, a análise que se segue considera os três candidatos com as maiores intenções de voto e ainda uma categoria que inclui todas as demais respostas de intenções de voto.

Análise exploratória simples

Nesta seção é feita uma análise descritiva simples das intenções de voto, com base nos dados apresentados na Tabela 1, que mostra um panorama geral com a distribuição de intenções de voto para o Brasil e nos agrupamentos regionais selecionados, segundo algumas características sociodemográficas dos eleitores (sexo, escolaridade, "classe social", religião e recebimento de programa social). As demais características serão consideradas somente na análise exploratória multivariada.

Para o total do Brasil, 16,2% dos eleitores declararam votos nulos, brancos ou indecisos (NU/BR/IN). Se a eleição tivesse sido realizada no momento da pesquisa e os votos NU/BR/IN tivessem a mesma distribuição dos votos declarados, Dilma Rousseff ganharia no primeiro turno com 56,4% (47,3% dos votos declarados), seguida de José Serra, com 29,7%,

e Marina Silva, com 13,1% dos votos válidos. Considerando o eleitorado por sexo, nota-se que Dilma tinha percentual maior de intenções de voto dos homens do que das mulheres (49,8% contra 44,7% votos declarados), enquanto José Serra empatava entre os eleitores de ambos os sexos (com 24,8% dos votos válidos) e Marina apresentava ligeira vantagem entre as mulheres (11,5% contra 10,3% entre os homens). O percentual de NU/BR/IN era bem maior para as mulheres (18%) do que para os homens (14,5%).

Em termos regionais, Dilma Rousseff obteve os maiores percentuais de intenções de voto no agrupamento das Regiões Norte e Nordeste, ao mesmo tempo em que tanto José Serra quanto Marina Silva tiveram seus menores percentuais de intenções de voto. A candidata do PT teve índices 20% acima da soma das intenções de voto dos candidatos do PSDB e do PV. Outro fato digno de nota é que nas Regiões Norte e Nordeste não houve diferenças significativas nas intenções de voto de homens e mulheres em relação às duas principais candidaturas. Ao contrário da tendência nacional, Dilma teve o mesmo percentual de votos nos eleitorados masculino e feminino neste agrupamento regional e não houve diferenças significativas nas intenções de voto de José Serra quando se considera o sexo do eleitorado. No entanto, surpreendentemente, Marina Silva – que nasceu no Norte e é filha de pais nordestinos – apresentou seu pior desempenho eleitoral nestas regiões e teve maior intenção de voto entre o eleitorado masculino (10,5%) do que entre o feminino (8,3%), ao contrário do ocorrido em outras regiões, onde Marina Silva registrava maior intenção de voto entre as mulheres.

No Sudeste, Dilma Rousseff alcançou o seu segundo melhor desempenho eleitoral e teve mais intenções de voto do eleitorado masculino (51,9%), do que do feminino (44,7%). O candidato José Serra também obteve sua segunda melhor performance no Sudeste, com um resultado ligeiramente superior entre as mulheres. A candidata Marina Silva conseguiu 11,6% das intenções de voto no Sudeste, sendo 10,0% entre os homens e 13,0% entre as mulheres.

No conjunto das Regiões Centro-Oeste e Sul, a candidata Dilma Rousseff teve seus menores índices de intenção de voto, bem como a maior diferença entre o eleitorado masculino (40,1%) e o feminino (31,0%). Já José Serra e Marina Silva atingiram seus melhores desempenhos e ambos registraram maiores intenções de voto entre o eleitorado feminino. Nestas regiões, as candidaturas do PT e do PSDB estavam em empate técnico entre as mulheres, mas Dilma ganhava com folga entre os eleitores homens. O percentual de pessoas indecisas ou que pretendiam votar

branco ou nulo foi o mais alto de todas as regiões, chegando a quase um quarto do eleitorado.

Com relação à escolaridade dos eleitores, para o total do Brasil, a candidata Dilma Rousseff tinha uma relação inversamente proporcional entre intenções de voto e o nível de escolaridade, enquanto as candidaturas de José Serra e Marina Silva tinham uma relação diretamente proporcional. A candidata Marina Silva apresentava melhor desempenho entre eleitores com curso superior em todas as regiões, chegando a mais de 20% de intenções de voto, em média, entre os mais escolarizados. A candidata Dilma mostrava empate técnico com José Serra, com leve vantagem para este, entre os eleitores de nível superior.

Nas Regiões Norte e Nordeste, Dilma registrava seu melhor desempenho entre aqueles com maior escolaridade, com 36,4%. No Sudeste, José Serra perdia entre os eleitores com até o ensino médio, mas empatava com a candidata petista entre aqueles de nível superior. Nas Regiões Centro-Oeste e Sul, Serra vencia entre os eleitores de curso superior, chegando a quase 40%, enquanto a candidata Dilma Rousseff apresentava seu pior desempenho entre as pessoas com esse nível de escolaridade.

A pesquisa com os eleitores coletou informações que permitiram o cálculo do indicador de classe socioeconômica segundo o critério proposto pela Abep/Abipeme (ABEP, 2008). Apesar de este conceito de classe social ser diferente do conceito sociológico, que considera a posição da pessoa no processo produtivo, a definição de classe social segundo propensão a consumo fornece importante classificação da população, principalmente em um momento em que a classe média teve aumento e avanço tão significativos. Observa-se que, na média nacional, Dilma Rousseff tinha percentuais de intenções de voto ao redor de 50%, nas classes C (classe média) e D e E (pobres), diminuindo (37,5%) nas classes A e B (de maior poder de consumo). A candidata do PT vencia em todas as classes, mas com uma diferença bem menor entre os segmentos com maior poder de consumo. Já o candidato José Serra tinha aproximadamente o mesmo percentual (cerca de 22,0%) nas classes C e D e E, mas registrava intenções maiores nas classes A e B. Marina Silva apresentava intenções de voto que variavam em relação direta ao poder de consumo, ou seja, quanto maior o poder de consumo do eleitorado, maior a porcentagem daqueles que declaravam intenção de votar na candidata.

Por agrupamento regional, verifica-se que, no Norte e Nordeste, as intenções de voto de Dilma eram altas em todas as “classes sociais”, mas

Tabela 1
Distribuição percentual das intenções de voto para presidente da República, por características sociodemográficas selecionadas dos eleitores, segundo grandes regiões e candidatos
Brasil – 2010

Regiões e candidatos	Total	Homens	Mulheres	Até 4a. série	5a. série até ensino médio	Ensino superior	"Classes" A e B	"Classe" C	"Classes" D e E	Católico	Evangélico	Ateu ou agnóstico	Recebe programa social	
													Sim	Não
Brasil	**2.002**	**951**	**1.051**	**773**	**1.071**	**158**	**562**	**1.005**	**435**	**1.258**	**444**	**200**	**392**	**1.610**
Dilma Rousseff	47,2	49,8	44,7	50,6	47,1	31,0	37,5	51,0	50,6	51,0	39,0	46,0	58,2	44,5
José Serra	24,8	24,8	24,8	21,6	26,0	32,9	31,3	22,5	21,8	25,1	25,7	24,0	18,9	26,3
Marina Silva	10,9	10,3	11,5	7,0	12,3	20,9	15,1	10,0	7,6	7,9	17,8	13,0	6,6	12,0
Outros	0,7	0,5	1,0	0,5	0,8	1,3	1,2	0,7	0,2	0,6	1,6	0,5	0,5	0,8
NU/BR/IN	16,3	14,5	18,0	20,3	13,8	13,9	14,8	15,7	19,8	15,4	16,0	16,5	15,8	16,5
Norte e Nordeste	**672**	**323**	**349**	**288**	**351**	**33**	**117**	**337**	**218**	**455**	**134**	**55**	**208**	**464**
Dilma Rousseff	52,7	52,6	52,7	53,8	53,3	36,4	39,3	57,3	52,8	56,7	45,5	45,5	62,0	48,5
José Serra	22,5	23,2	21,8	21,9	22,8	24,2	29,1	18,7	24,8	22,2	23,1	25,5	17,3	24,8
Marina Silva	9,4	10,5	8,3	5,6	11,4	21,2	18,8	7,4	7,3	5,9	17,9	10,9	5,8	11,0
Outros	0,4	0,3	0,6	0,7	0,3	0,0	0,9	0,6	0,0	0,4	0,7	0,0	0,5	0,4

(continua)

(continuação)

Regiões e candidatos	Total	Homens	Mulheres	Até 4a. série	5a. série até ensino médio	Ensino superior	"Classes" A e B	"Classe" C	"Classes" D e E	Católico	Evan-gélico	Ateu ou agnóstico	Recebe programa social	
													Sim	Não
NU/BR/IN	15,0	13,3	16,6	18,1	12,3	18,2	12,0	16,0	15,1	14,7	12,7	18,2	14,4	15,3
Sudeste	**940**	**441**	**499**	**345**	**513**	**82**	**308**	**468**	**164**	**571**	**209**	**109**	**145**	**795**
Dilma Rousseff	48,1	51,9	44,7	52,5	47,8	31,7	38,0	53,2	52,4	51,7	37,8	50,5	55,9	46,7
José Serra	24,6	24,3	24,8	20,9	25,7	32,9	31,2	23,1	16,5	25,2	25,4	20,2	19,3	25,5
Marina Silva	11,6	10,0	13,0	7,5	12,3	24,4	14,6	10,7	8,5	8,4	19,1	12,8	9,0	12,1
Outros	0,9	0,7	1,0	0,6	1,2	0,0	1,3	0,6	0,6	0,7	1,4	0,9	0,7	0,9
NU/BR/IN	14,9	13,2	16,4	18,6	13,1	11,0	14,9	12,4	22,0	14,0	16,3	15,6	15,2	14,8
Centro-Oeste e Sul	**390**	**187**	**203**	**140**	**207**	**43**	**137**	**200**	**53**	**232**	**101**	**36**	**39**	**351**
Dilma Rousseff	35,4	40,1	31,0	39,3	34,8	25,6	35,0	35,5	35,8	37,9	32,7	33,3	46,2	34,2
José Serra	29,5	28,9	30,0	22,9	31,9	39,5	33,6	27,5	26,4	30,6	29,7	33,3	25,6	29,9
Marina Silva	12,1	10,7	13,3	8,6	14,0	14,0	13,1	13,0	5,7	10,8	14,9	16,7	2,6	13,1
Outros	1,0	0,5	1,5	0,0	1,0	4,7	1,5	1,0	0,0	0,4	3,0	0,0	0,0	1,1
NU/BR/IN	22,1	19,8	24,1	29,3	18,4	16,3	16,8	23,0	32,1	20,3	19,8	16,7	25,6	21,7

Fonte: Ibope/CBL, 2010. NU/BR/IN são votos nulos, brancos ou indecisos.

especialmente na classe média. Este fato relativiza as afirmações de que a candidata do PT teria vencido nas regiões ao norte do país, fundamentalmente com os votos das parcelas pobres da população. Já José Serra teve seu pior desempeno no Norte/Nordeste entre a classe média e obteve índices semelhantes entre os mais pobres e os mais ricos. A candidata Marina Silva registrou seu melhor desempenho nas classes A e B e o pior nas classes D e E.

A inclusão da identificação da filiação religiosa em pesquisas eleitorais, desde 1994, tem mostrado a importância desta característica do eleitor na sua intenção de voto (PIERUCCI; PRANDI, 1995). Apesar da grande diversidade religiosa existente no Brasil, para efeitos da análise, utilizaram-se somente três denominações: católicos, evangélicos e ateus ou agnósticos, que correspondiam a 95% dos eleitores entrevistados. Na eleição de 2010, a filiação religiosa do eleitor mostrou importante correlação com a intenção de voto na candidata Marina Silva, com uma clara identificação dos eleitores com a filiação da própria candidata, apesar dela ter tido uma postura totalmente laica na sua campanha. No caso de Dilma, a tendência foi uma porcentagem um pouco maior de intenções de voto entre os eleitores católicos e menor entre os evangélicos. Para o candidato do PSBD, não se observou nenhuma tendência com relação à filiação religiosa dos eleitores, apesar de Serra mostrar certa propensão a uma postura católica em suas posições com relação a temas polêmicos, como no caso do aborto.

Com relação ao comportamento regional e filiação religiosa, de modo geral, os eleitores declararam intenção de voto de forma bastante similar em todos os seguimentos, com algumas exceções que merecem menção. No caso da candidata do PT, nas Regiões Norte e Nordeste, ela perdeu menos nas intenções de voto entre os evangélicos do que na média nacional, dado que, como visto anteriormente, a candidata tinha forte intenção de voto entre a população mais pobre e, em geral, a população evangélica tem um perfil mais pobre do que a média nacional. Outro fato que merece destaque é que, no Sudeste, o candidato do PSDB teve menor intenção de voto entre os agnósticos e ateus do que em outras regiões. No agrupamento das Regiões Centro-Oeste e Sul, é interessante observar que a vantagem da candidata do PV, entre os evangélicos, não era tão importante como nos demais agrupamentos regionais, pois, nestas regiões, Marina alcançou uma intenção de voto maior e mais generalizada com relação ao perfil dos eleitores, com exceção dos menos escolarizados e os da classe

D e E, seguimentos populacionais em que a intenção de voto na candidata foi muito abaixo da sua média nacional.

Tendo em vista a grande porcentagem de população em situação de pobreza e miséria e a elevada desigualdade social existente no país, bem como a melhoria dos indicadores vinculados a estes temas durante a década de 2000, não foi surpreendente que, nas eleições de 2010, os programas de transferência de renda fossem utilizados como temas de campanha importantes para a candidata da situação. De fato, mesmo os candidatos da oposição utilizavam este tema fortemente em suas campanhas. Assim, é importante perceber como o eleitor que era beneficiado por algum destes programas se declarava em relação à sua intenção de voto. Claramente a candidata da situação tinha porcentagem de intenções de voto muito acima da média entre aqueles que recebiam o programa (58,2%) e, se dependesse somente destes votos, Dilma ganharia facilmente a eleição já no primeiro turno. Esta situação se repetiu em todas as regiões, com a mais alta intenção de voto entre todas as categorias analisadas nas Regiões Norte e Nordeste (62%) e, obviamente, com índices maiores do que a média nacional, com exceção do agrupamento Centro-Oeste e Sul, onde ser ou não beneficiário de programa de transferência de renda mostrava pouca diferença com relação à média nacional.

Os demais candidatos, principalmente o do PSDB, que pertence ao partido que iniciou o programa de transferência de renda condicionada no país, não conseguiram capitalizar sobre os bons resultados do programa. Entre os beneficiários de programa de transferência de renda, as intenções de voto em Serra e Marina foram bastante abaixo da média da população no Brasil e para todas as regiões analisadas, com uma pequena exceção para o agrupamento Centro-Oeste e Sul, onde Marina perdeu muitos votos para Serra entre os beneficiários de programa. No entanto, o que vale destacar é que Dilma venceu em intenções de voto, com menores margens entre os eleitores que não recebem renda de programas governamentais. Ou seja, mesmo entre os não beneficiários, em todas as regiões, a candidata da situação teve maior intenção de voto em relação aos demais candidatos e ganharia as eleições no primeiro turno, com 53% dos votos válidos, se os votos NU/BR/IN estivessem distribuídos na mesma proporção das intenções conhecidas. O que viria acontecer durante a eleição do primeiro turno, com um crescimento da candidata do PV para cerca de 20% dos votos efetivos? (veja capítulo de José Eustáquio Diniz Alves, neste livro).

Mesmo com a análise descritiva simples feita até o momento, pode-se deduzir que as características individuais dos eleitores, como escolaridade, "classe social", religião e recebimento de programa social, apresentam maiores diferenciais quanto à intenção de voto do que a variável sexo do eleitor. De certa forma, analisando as características dos eleitores que votavam em Dilma, Marina ou Serra, percebe-se que o sexo do candidato tampouco tem efeito direto nas escolhas dos eleitores segundo suas próprias características pessoais. Dito de forma mais direta, os dados mostram que as mulheres não votam mais em mulheres somente por serem mulheres. Pode-se afirmar que as características próprias dos indivíduos atuam em conjunto, de forma direta ou indireta, na escolha do seu candidato, seja este homem ou mulher. A análise multivariada mostrará quais destas variáveis individuais atuam de forma mais decisiva diferenciando eleitores. No entanto, observou-se um comportamento interessante com relação ao recebimento de benefícios sociais, com resultado diferenciado por sexo do eleitor, que vale a pena mencionar. Na Tabela 2, apresenta-se a distribuição das intenções de votos, por sexo do eleitor e situação de recebimento de algum programa social. Até certo ponto surpreendente, observa-se que o percentual de intenções de voto em Dilma Rousseff, entre beneficiários dos programas de transferência de renda, é maior entre os homens (64,9%) do que entre as mulheres (53,8%).

Tabela 2
Distribuição percentual das intenções de voto para presidente da República, por sexo dos eleitores e situação de beneficiário de programa social, segundo candidatos
Brasil – 2010

Candidatos	Homens			Mulheres		
	Beneficiário de programa social		Total	Beneficiário de programa social		Total
	Sim	Não		Sim	Não	
Dilma	64,9	46,9	49,8	53,8	42,1	44,7
José Serra	15,6	26,6	24,8	21,0	26,0	24,8
Marina	6,5	11,0	10,3	6,7	12,9	11,5
Outro	0,0	0,6	0,5	0,8	1,0	1,0
NU/BR/IN	13,0	14,8	14,5	17,6	18,1	18,0
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**
Total amostrado	**154**	**797**	**951**	**238**	**813**	**1051**

Fonte: Ibope/CBL, 2010.
Nota: NU/BR/IN são votos nulos, brancos ou indecisos.

O senso comum diria que as mulheres, que são mais de 90% dos titulares que recebem os benefícios do Programa Bolsa Família, deveriam dar mais apoio à candidatura governista. Porém, foram os homens das famílias beneficiárias que declararam maior intenção de voto em Dilma Rousseff. Uma explicação para tal fato é a forma como os programas de transferência de renda impactam a vida de homens e mulheres. Segundo Arriagada e Mathivet (2007), os programas de transferência de renda da América Latina geralmente jogam diversas responsabilidades sociais sobre os ombros das mulheres/mães e relegam ao segundo plano os homens/pais que, muitas vezes, são ausentes, passivos ou simplesmente omissos. Alves e Cavenaghi (2009), analisando o Programa Bolsa Família no Recife, consideram que o programa tem um conteúdo familista que sobrecarrega as responsabilidades das mulheres na família, desresponsabilizando o Estado e os homens/pais do cuidado com as crianças.

Neste sentido, pode-se especular que os homens tendem a ter uma visão mais positiva do Programa Bolsa Família, que é o carro-chefe dos programas de transferência de renda, pois não são eles os responsáveis pelo acompanhamento das condicionalidades do programa, enquanto as mulheres tenderiam a sentir a falta de equipamentos sociais e políticas públicas que aliviassem a sobrecarga das atividades domésticas e acompanhamento dos filhos.

Em síntese, no levantamento de dados sobre intenções de voto realizado um mês antes das eleições, considerando as características socioeconômicas e demográficas dos eleitores, Dilma Rousseff venceria seus adversários em quase todas as categorias, com exceção das pessoas com nível superior de ensino no Sudeste, Centro-Oeste e Sul, principalmente neste último, onde as intenções de voto para Serra chegavam a quase 40%. Mas as maiores margens de diferença nas intenções de voto, entre as categorias das variáveis analisadas, em ordem decrescente de importância, foram entre os grupos de escolaridade, os beneficiários dos programas federais de transferência de renda, as classes socioeconômicas, os seguimentos por religião e, finalmente, o sexo do eleitor. Este quadro de margem de diferença nas intenções de voto por regiões é mais ou menos similar. No entanto, observa-se que, no Sudeste, o diferencial entre os que recebem e não recebem benefício de programa foi menor do que em outras regiões e, no agrupamento Centro-Oeste e Sul, a classe socioeconômica e a religião se mostraram com menores diferenciais, ganhando um pouco mais de importância os diferenciais por sexo.

Análise exploratória multivariada: modelos de classificação em árvore

A análise realizada anteriormente permite traçar um panorama bastante interessante sobre o perfil dos eleitores de cada um dos três principais candidatos à Presidência da República em 2010, no entanto, não diz com significância estatística quais destas características diferenciam mais os eleitores. A análise de classificação de dados baseada em modelos de árvore de decisão, descrita na seção de métodos, possibilita separar quais destes perfis geram grupos de eleitores que declararam maiores intenções de voto em um ou outro candidato, ou melhor, separa grupos mais homogêneos internamente quanto à distribuição das intenções de voto por candidato.

A variável dependente usada no ajuste foi a distribuição percentual de intenções de voto em Dilma, Serra, Marina e NU/BR/IN. As variáveis independentes, ou covariáveis, que identificam o perfil dos eleitores incluídas no modelo foram idade, sexo, raça/cor, grau de instrução, "classe social", rendimento familiar total, participação na força de trabalho, religião, frequência a culto e recebimento de programa social, utilizando as mesmas categorias descritas na seção de métodos. Para o ajuste foram selecionados até três níveis de nós e um mínimo de 50 observações em cada nó. O método de crescimento da árvore selecionado foi o *Exhaustive CHAID*, com estatísticas estimadas por método de máxima verossimilhança.

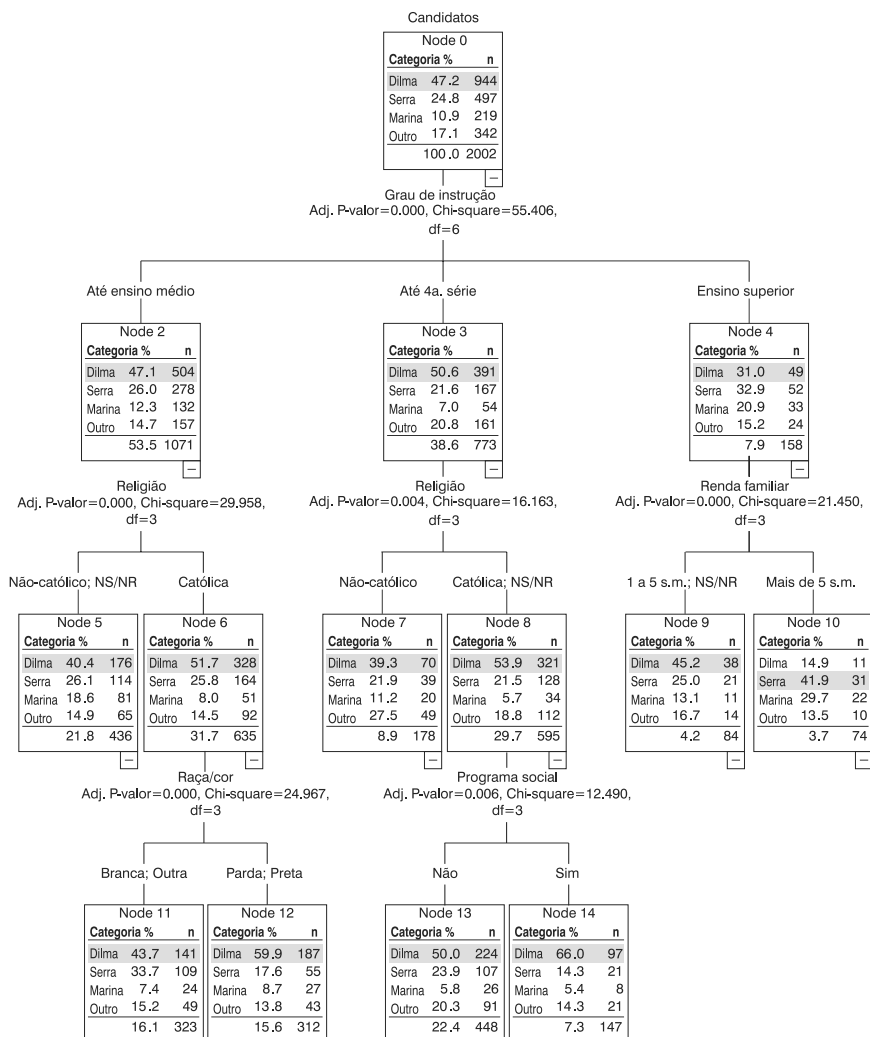
A Figura 1 apresenta o resultado em forma de árvore do melhor ajuste do modelo, considerando estas variáveis. Como se pode observar, a variável que aparece no primeiro nível, com maior estimativa de chi-quadrado, é grau de instrução do eleitor, separando esta nas três categorias consideradas: até 4ª série do ensino fundamental; de 5ª série do fundamental até 3ª série do ensino médio; e ensino superior. O segundo nó ajustado mostra que, no grupo com ensino superior, a segunda variável mais importante na identificação de grupos homogêneos corresponde ao rendimento familiar, enquanto para os demais eleitores é a religião que os diferencia em grupos. Entre aqueles com ensino superior e mais de cinco salários mínimos de rendimento total, a intenção de voto em Serra é muito maior do que sua média obtida (41,9%) em toda a população. Também Marina tem alta intenção de votos neste grupo (20,9%), deixando para a candidata Dilma menos de 15% das intenções de voto. No entanto, dada a desigualdade social do país, este grupo inclui apenas uma porcentagem pequena da população total (na amostra 74 eleitores em um total de 2.002). Entre eleitores com ensino fundamental ou médio, a religião os separa em dois grupos distintos com relação às intenções de voto para presidente: um

formado por católicos; e outro por não católicos, que majoritariamente são evangélicos e sem religião. A religião indica que os não católicos votam mais do que a média na candidata Marina e os católicos em Dilma.

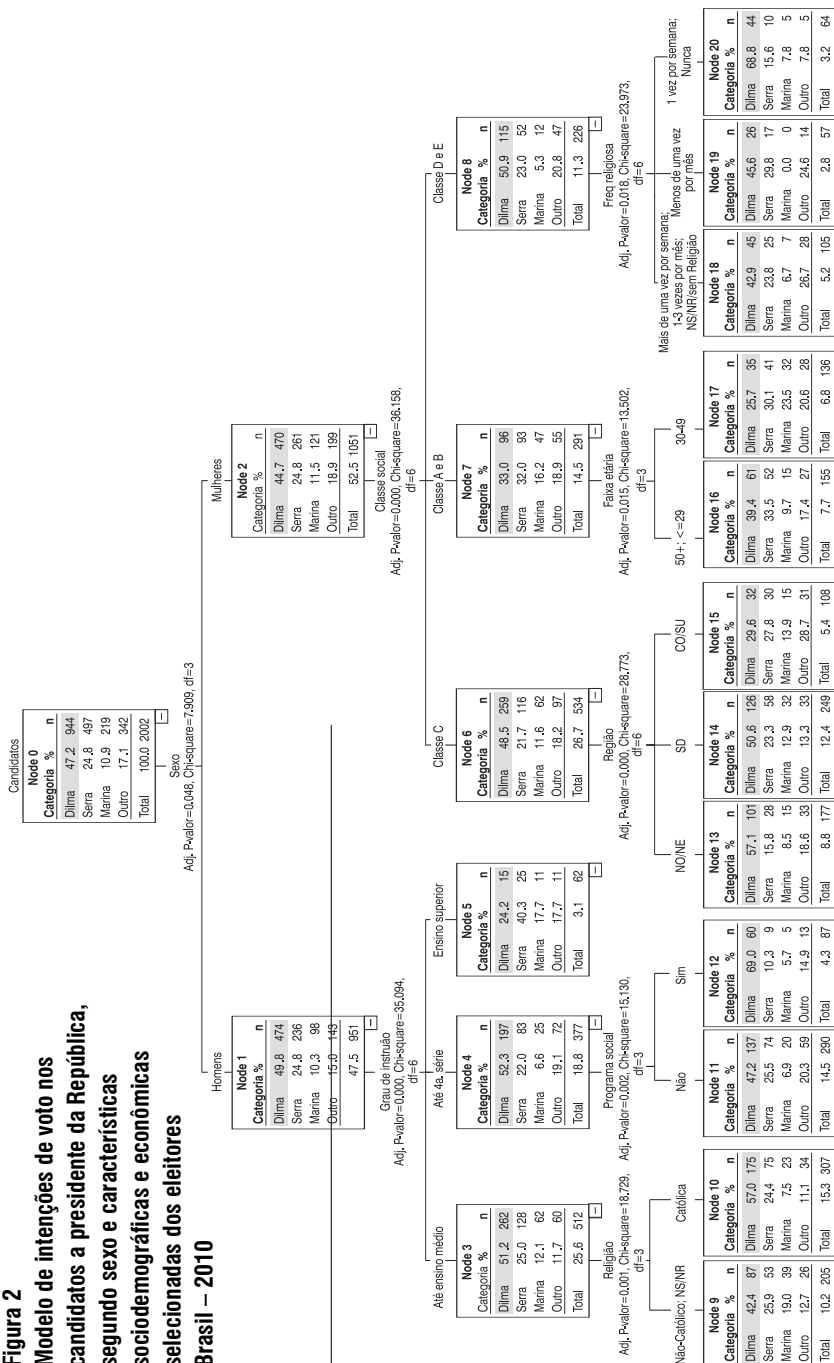
Ainda entre o grupo de católicos, mais um nível de agrupamento é formado. Para aqueles com ensino intermediário, a raça/cor do eleitor é uma característica que os separa em dois grupos, com os pardos e pretos apresentando maior intenção de voto em Dilma (quase 60%). Para aqueles com ensino básico, o recebimento de programa social é a variável que aparece com significância estatística para separar o último grupo homogêneo, em que, entre aqueles que recebem o benefício, as intenções de voto em Dilma chegavam a 66%. Porém, mesmo entre estes menos escolarizados e católicos, os que não recebem o benefício declararam intenção de votar em Dilma numa porcentagem maior do que a média nacional da candidata.

Este modelo com características dos eleitores indica que outros aspectos importantes na definição do voto não foram incluídos no modelo, pois a estimativa de risco global, que constitui uma medida aproximada da qualidade do ajuste do modelo, é 0,518 e, apesar de ajustar com significância estatística de 99%, em metade dos casos há risco de erro de predição. Outra indicação importante é dada pela classificação dos casos observados e preditos pelo modelo. Para as quatro categorias da variável dependente (Dilma, Serra, Marina e NS/NR/Outro), o modelo tem predição global correta em 48,2% dos casos, mas, de fato, acerta em 98,8% dos votos para a candidata Dilma, em 6,2% para Serra e nenhum dos demais. Ou seja, as características dos eleitores consideradas no modelo ajudam a identificar o perfil dos eleitores de Dilma, mas não dos demais candidatos.

Outro fator importante de análise refere-se às variáveis que não entraram no modelo por não apresentarem comportamento estatisticamente significante para formar grupos homogêneos. Entre estas estão idade, “classe social”, participação na força de trabalho e frequência a culto, sendo que esta última, em geral, uma variável que se aproxima mais do conceito de religiosidade do eleitor do que a indicação da religião em si mesma. Este resultado indica que não havia uma separação explicita entre as categorias destas variáveis definindo a intenção de voto dos eleitores ao cargo de presidente em 2010. Adicionalmente, uma das variáveis de maior interesse neste estudo, sexo do eleitor, foi outra característica que não entrou no modelo. Isto significa que homens e mulheres não formavam grupos diferenciados em sua intenção de voto no momento da pesquisa. No entanto, este resultado não indica se homens e mulheres votam de forma diferente com relação às suas características pessoais. Dado que

Figura 1
Modelo de intenções de voto nos candidatos a presidente da República, segundo características sociodemográficas e econômicas selecionadas dos eleitores
Brasil – 2010

Fonte: Ibope/CBL, 2010.

o modelo de classificação permite criar ramos separados para qualquer variável de interesse, o resultado do ajuste deste modelo, forçando criar árvores para homens e mulheres, é mostrado na Figura 2.

Figura 2
Modelo de intenções de voto nos candidatos a presidente da República, segundo sexo e características sociodemográficas e econômicas selecionadas dos eleitores
Brasil – 2010

Fonte: Ibope/CBL, 2010.

O fato que se destaca neste modelo é que homens e mulheres votam de maneira diferente. Ou seja, as características sociodemográficas e econômicas que melhor definem grupos homogêneos de homens são grau de instrução, região de residência, recebimento de programa social e religião; para as mulheres, estas características são “classe social”, frequência religiosa, região de residência e grupos etários. Em termos de qualidade do ajuste, este modelo não difere muito do anterior, somente piora os valores preditos de intenção de voto em Dilma, com 94,7% de acertos, e melhora a predição para Serra com relação ao anterior, para 13,3%, no entanto, um modelo ainda muito bom para previsão de votos da candidata do PT e ruim para os demais.

Ainda com relação ao modelo para homens e mulheres em sua intenção de voto para presidente, destacam-se, na Figura 2, alguns pontos que podem ser significativos para entender como os perfis de homens e mulheres se diferem. De fato, a “classe social” funciona entre as mulheres quase como um substituto para grau de instrução entre os homens, em que as mulheres pertencentes às classes mais pobres são as que mais declararam intenção de voto em Dilma, enquanto aquelas nas classes mais abastadas (A e B) declararam porcentagem mais alta em Serra. Também para as mulheres é importante notar que a frequência daquelas que estavam indecisas e votavam em branco ou nulo era bem maior do que para a maioria dos homens.

Características comportamentais dos eleitores e a intenção de voto

Vários estudos de eleições anteriores no Brasil mostram como as características dos candidatos afetam ou não a escolha dos eleitores (SILVEIRA, 2000; CARREIRÃO, 2004; ARAÚJO, 2009). Entre os processos culturais relevantes para o entendimento da vida política, é preciso considerar como os eleitores retratam as candidaturas e partidos políticos, sua avaliação em relação a certos atributos pessoais dos candidatos, além da avaliação das administrações que buscam a reeleição. Na pesquisa de campo, foram incluídas várias informações para captar o que os eleitores declaravam levar em conta ao definir seu voto para presidente da Republica, incluindo características pessoais dos candidatos, como traços físicos, emocionais, comportamentais, experiência, vinculação a partidos e programa de governo. Adicionalmente, em pergunta separada, buscou-se identificar qual das características o eleitor mais levava em consideração.

A Tabela 3 apresenta as informações coletadas no questionário, por sexo, sobre as características dos candidatos que os eleitores levavam em

consideração no momento de decidir seu voto. Como se pode observar, as características mais citadas, com porcentagens acima de 90% dos casos, são a honestidade e a inteligência do candidato, seguidas bem de perto, com porcentagens pouco abaixo dos 90%, pelo programa, por experiência administrativa e experiência política. O partido, no entanto, foi citado como importante somente para metade dos eleitores, assim como características pessoais, como simpatia, escolaridade e age com o coração. Outras características, como sexo, raça/cor, região de nascimento e religião, foram citadas por menos de um quinto dos eleitores. Contudo, ao ter que escolher o que mais levava em consideração no momento de decidir o voto, o eleitor pouco citou características pessoais, apesar de honestidade e inteligência terem sido as mais mencionadas individualmente. Experiência e propostas dos candidatos foram aquelas que os eleitores afirmaram mais levar em consideração no momento da decisão do voto para o cargo de presidente do país. Na maioria das situações, é importante destacar que não há diferenças significativas entre homens e mulheres, exceto para simpatia e age com o coração, mais citadas por mulheres, e orientação sexual e raça, mais mencionadas por homens.

Com relação aos indicadores comportamentais políticos e sociais, as mulheres são um pouco mais exigentes com o governo de Lula, de acordo com o resultado das perguntas sobre aprovação do governo e se votariam em candidato indicado pelo presidente Lula, mas, de fato, a rejeição em si é muito similar para ambos os sexos. Entre os homens, 42,4% relataram que votariam em qualquer candidato indicado por Lula e 36,0% das mulheres afirmaram o mesmo. Quanto à questão de votar ou não em mulher, a distribuição entre homens e mulheres não mostra nenhuma diferença, ou seja, a esmagadora maioria de ambos os sexos relataram que votariam em mulher para presidente da República, com mais de 83% dos eleitores. É interessante notar que 5,7% das mulheres disseram que não votariam em outra mulher.

Com relação a comportamentos sociais, no que se refere a questões de gênero, racial, democracia e corrupção, todos os indicadores estimados apontam para um comportamento mais liberal e moderado da população em geral, mas ainda mais aberto e liberal por parte das mulheres do que dos homens. Entretanto, os diferenciais por sexo não são tão grandes assim. Por exemplo, quando perguntados sobre questões vinculadas a comportamento de gênero no convívio social, que inclui perguntas sobre educação dos filhos, tarefas domésticas e sustento da família, quase 30% dos homens são classificados na categoria de conservador, contra 21%

Tabela 3
Distribuição percentual dos eleitores por sexo, segundo características dos candidatos levadas em consideração na decisão do voto para presidente da República e variáveis/indicadores comportamentais. Brasil – 2010

Características dos candidatos levadas em consideração	Sexo		Variáveis/Indicadores	Sexo		Variáveis/Indicadores	Sexo	
	Homem	Mulher		Homem	Mulher		Homem	Mulher
Programa	89,7	90,3	Aprovação do governo Lula	100,0	100,0	Fator homossexualismo e aborto	100,0	100,0
Experiência administrativa	88,6	87,9	Ótima e boa	81,4	78,9	Liberal	8,3	11,2
Experiência política	88,0	88,3	Regular	15,5	17,5	Neutro-liberal	14,5	19,9
Partido	49,5	46,5	Péssima e ruim	3,2	3,6	Neutro-conservador	43,0	42,0
Honestidade	92,2	93,1	Votaria em indicação de Lula	100,0	100,0	Conservador	34,2	26,9
Inteligência	91,8	92,8	Outro/NS/NR	11,6	13,8	Fator consciência racial	100,0	100,0
Simpatia	58,5	66,5	Votaria em qualquer pessoa	42,4	36,0	Alta	37,3	41,2
Escolaridade	47,7	49,8	Dependeria da pessoa	25,9	28,7	Neutra	46,6	44,2
Age com o coração	45,0	51,2	Não votaria de jeito nenhum	20,2	21,5	Baixa	16,1	14,6
Aparência	31,1	34,7	Votaria em mulher	100,0	100,0			
Idade	30,9	29,5	NS/NR	4,4	6,2	Fator boa governança com mulheres	100,0	100,0
Opção sexual	20,1	16,5	Depende	3,9	4,5	Aumentaria	31,1	42,8
Religião	16,5	16,9	Votaria	83,9	83,6	Neutro	64,4	53,5
Sexo	14,2	12,5	Não votaria	7,8	5,7	Diminuiria	4,5	3,7
Região de nascimento	12,3	11,5	Fator de gênero na sociedade	100,0	100,0	Fator conivência com corrupção	100,0	100,0
Raça	8,6	6,0	Mais liberal	33,5	38,0	Nenhuma	44,2	45,8
A que mais considera			Moderado	38,4	40,6	Justificada	40,6	40,9
Outra/NS/NR	2,8	2,1	Mais conservador	28,1	21,4	Moderada/total	15,2	13,3
Pessoais	8,1	8,3	Fator de gênero na política	100,0	100,0	Fator regime democrático	100,0	100,0
Partido	5,3	2,9	Liberal	33,5	40,7	A favor	70,5	73,5
Propostas	36,0	41,6	Moderado	51,1	44,8	Favor/neutro	23,0	21,6
Experiência	47,8	45,1	Conservador	15,4	14,5	Contra	6,5	4,9

Fonte: Ibope/CBL, 2010.

das mulheres, como mostra o indicador de gênero na sociedade. Quanto às perguntas sobre participação da mulher na política, a posição de acordo com as respostas às perguntas feitas é mais liberal para ambos os sexos, sendo que entre liberais e moderados foram classificados cerca de 85% dos eleitores.

O indicador de comportamento social que mostra o maior conservadorismo na sociedade é o de aceitação de homossexualismo e aborto, tanto entre homens quanto mulheres, uma vez que um terço dos homens e um quinto das mulheres foram classificados na categoria de conservador e mais de 40% dos eleitores ficaram na categoria de neutro-conservador (Tabela 3). Vale notar que a pergunta com relação a homossexualismo foi se o eleitor era a favor da união entre pessoas do mesmo sexo e, sobre aborto, se as mulheres tinham direito de decidir se interrompiam uma gravidez, como descrito na seção de métodos, sendo que o entrevistado respondia numa escala de 1 a 5, entre concorda totalmente até discorda totalmente. Ao contrário, o indicador de consciência racial mostra que a maioria da população foi classificada como consciência alta ou neutra.

É interessante constatar que, apesar de os eleitores serem classificados em sua maioria como a favor de regimes democráticos, com mais de 70% a favor sempre e 25% a favor ou neutro, mais de 50% foram englobados em categoria que aceita certos tipos de corrupção como justificada ou aceita totalmente a corrupção. Isso talvez seja reflexo de nosso regime democrático ainda jovem e com exemplos diários de corrupção na política e na vida privada. E tal fato é muito consistente entre o grupo de homens e mulheres, que apresentam diferenças marginais com relação à distribuição dos indicadores de democracia e conivência com a corrupção.

Ainda na Tabela 3, é importante observar, no fator de boa governança com mulheres, que, ao serem inquiridos sobre o que aconteceria em alguns setores do governo e da sociedade com mais mulheres no poder, mais de dois quintos das mulheres e um terço dos homens consideraram que a boa governança aumentaria e menos de 5% mencionaram que diminuiria. Ou seja, o fator de boa governança mostra que os eleitores não têm uma percepção negativa preconcebida quanto ao desempenho das mulheres em cargos de governo, no entanto, os resultados das eleições de mulheres no país não refletem este comportamento. De fato, são outras barreiras que as mulheres enfrentam ao concorrer a cargos políticos, que não passam pelo comportamento declarado direto dos eleitores.

Sobre as características dos candidatos: modelo de classificação em árvore

Dado que existem muitas variáveis e com dimensões distintas, nesta seção e na seguinte, apresentam-se, de forma separada, modelos que permitem a classificação do grupo de eleitores entrevistados com relação à intenção de voto declarada segundo as características dos candidatos e os indicadores comportamentais sociais e políticos. A Figura 3 mostra o resultado do modelo que inclui todas as variáveis de características do candidato e a aquela que indica o tipo de característica que o eleitor mais leva em conta na decisão do voto para presidente, sendo que a variável dependente é novamente como definida no modelo de características dos eleitores, isto é, a distribuição de intenções de votos em quatro categorias. Este modelo apresentou um ajuste similar ao anterior, com 52,2% de estimativa de risco, o qual indica a qualidade do modelo aplicado aos dados, com risco de erro em pouco mais da metade dos casos. Para a candidata Dilma, a porcentagem de acertos é alta como no modelo anterior, com 89,7%, Serra com somente 14,7% e Marina novamente sem nenhum caso de previsão correta e seus votos são designados erroneamente tanto a Dilma quanto a Serra.

As características dos candidatos que aparecem como significantes no modelo, em ordem decrescente de importância, são o partido a que pertence o candidato, sua escolaridade, a indicação de característica mais levada em consideração para selecionar um candidato, a experiência política, a simpatia e se age com o coração. O modelo indica que os eleitores que levam em conta o partido do candidato votam em maior porcentagem em Dilma e, entre aqueles que não levam em consideração, a indecisão é maior do que a média. Entre este último grupo, a escolaridade aparece como segundo fator que mais os diferencia, e aqueles que levam em consideração a escolaridade votam menos do que a média na candidata Dilma e votam mais em Serra. Ainda, entre eleitores que não levam em consideração o partido e nem a escolaridade, o fator que ainda os diferencia é a experiência política, em que a candidata Dilma recupera sua porcentagem de votos neste grupo. Entre aqueles que não levam em conta o partido, mas consideram a escolaridade um fator importante, também indicaram, com significância estatística, que a simpatia do candidato é fator importante na decisão pelo voto. Neste grupo, Serra tem porcentagem de votos maior do que sua média nacional, tanto entre os que acham que a simpatia é um fator relevante como para os

que não acham a simpatia relevante, mas, neste último agrupamento, chega a ganhar de Dilma por uma diferença de mais de cinco pontos percentuais (Figura 3).

Figura 3
Modelo de intenções de voto nos candidatos a presidente da República, segundo características dos candidatos levadas em consideração na definição da intenção de voto
Brasil – 2010

Fonte: Ibope/CBL, 2010.

Finalmente, vale mencionar que, entre os eleitores que relataram levar em conta o partido, existe um segundo nível de grupos homogêneos, em que aqueles que mais consideram o partido votam majoritariamente em Dilma, alcançando intenções de voto de 73,9%. Entre os demais, a característica agir com o coração cria outro nó de grupos homogêneos, em que a intenção de voto em Dilma é ainda maior do que na sua média nacional e ainda mais elevada entre os que consideram que agir com o coração é uma característica importante em um candidato à Presidência do país, com 56,8% das intenções de voto na candidata do PT.

Sobre as características comportamentais dos eleitores: modelo de classificação em árvore

O modelo que inclui os indicadores comportamentais sociais e políticos como covariáveis, no modelo com a variável dependente de intenção de voto em quatro categorias, é o melhor entre aqueles ajustados (características dos eleitores e características dos candidatos). O risco de erro apresentado neste modelo reduz para 35,4%, com classificação de acertos nos votos de Serra aumentando para 57,7% e de Dilma para 93,2%. O problema do modelo ainda é a predição dos votos em Marina, mas, neste caso, metade dos votos de Marina é designada erroneamente para Dilma e a outra metade para Serra.

Apesar de todos os indicadores presentes na Tabela 3 terem sido incluídos no ajuste do modelo, aqueles que aparecem como estatisticamente significantes, com resultados mostrados na Figura 4, são: se votaria em indicação do Lula; se votaria em mulher; e, no último nível, o indicador de aprovação do governo Lula. Nenhum dos demais indicadores aparecem separando grupos homogêneos nesta análise de classificação. Entre os eleitores que votariam em qualquer pessoa indicada pelo presidente Lula, mais de 90% declararam seu voto em Dilma e estes envolvem 39% do total de eleitores.

Entre os eleitores que não votariam de jeito nenhum em candidato indicado por Lula (20,9% dos eleitores), 57,7% votariam em Serra e mais de 21% votariam em Marina. Mas, neste grupo, aqueles que não votariam em mulher separam outro grupo homogêneo, que, apesar de pequeno (5,3% dos eleitores), registrou elevada intenção de voto em Serra (mais de 80% das intenções de voto neste candidato). Entretanto, entre os eleitores que mencionaram não ter problemas de votar em mulher, quase 30% declararam intenção de voto na candidata Marina (e estes representam 15,6% do total de eleitores) e muito pouco em Dilma, mas

esta recupera votos entre aqueles que aprovam o governo Lula como ótimo ou bom (Figura 4).

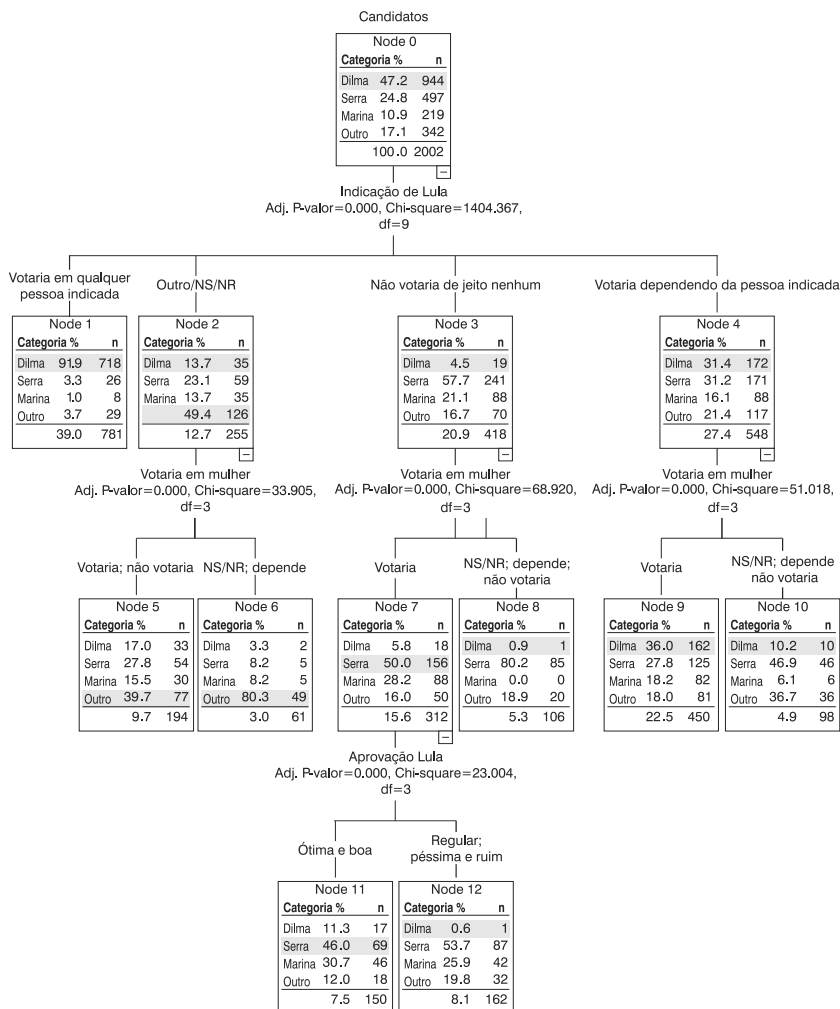
Ainda com relação a este modelo, para aqueles que a indicação do Lula poderia ser considerada, dependendo do candidato indicado, Dilma perde intenções de votos, que vão tanto para Serra quanto para Marina. A indicação se votaria em mulher, no entanto, faz Serra perder intenções de votos para Dilma, mas, entre aqueles que não votariam em mulher e dependem da pessoa indicada por Lula, que são somente 4,9% dos eleitores, Serra tem quase 47% das intenções de votos.

É importante ressaltar novamente as variáveis que não entraram no ajuste do melhor modelo. Os indicadores de comportamento de gênero na sociedade e na política, bem como os demais indicadores, como os fatores de homossexualidade e aborto, de consciência racial, de corrupção e de democracia, não aparecem como variáveis que separam os eleitores em grupos homogêneos em sua intenção de voto para presidente da República, neste modelo multivariado de classificação baseado em árvore de decisão. Neste caso, a indicação se o eleitor votaria em candidato do Lula é tão importante no modelo que praticamente elimina as probabilidades de outras variáveis separarem grupos importantes. A única variável que permanece no modelo e pode indicar algum comportamento de gênero é se o eleitor votaria em mulher ou não. No caso deste modelo, esta variável indica que os eleitores que não votariam em mulher são os que se destacam, dando prioridade ao candidato Serra, entre aqueles que não votariam de jeito nenhum em candidato do Lula ou igualmente dependeria da pessoa indicada. Nestes dois casos, Serra tem grande vantagem em relação às duas outras candidatas do sexo feminino.

Fatores que mais afetaram a intenção de votos nas eleições para presidente de 2010: modelo logístico multivariado

Como visto anteriormente, tanto as variáveis que identificam características sociodemográficas e econômicas dos eleitores, como aquelas que indicam características dos candidatos e posições ideológicas e partidárias são fatores importantes para diferenciar o perfil dos eleitores. Qualquer dos modelos propostos individualmente produz excelentes resultados na predição de votos para a candidata Dilma, mas não para Serra e muito menos para Marina.

Outra forma de analisar estas mesmas variáveis, mas de maneira comparativa entre os candidatos, é utilizar um modelo logístico multinomial,

Figura 4
Modelo de intenções de voto nos candidatos a presidente da República, segundo indicadores comportamentais dos eleitores
Brasil – 2010

Fonte: Ibope/CBL, 2010.

em que a variável dependente é formada por pares de comparação entre os três candidatos e tomando Serra como categoria de referência para a comparação com as demais candidatas. As variáveis independentes são todas aquelas consideradas nos modelos anteriores, ou seja, as informa-

ções sobre os eleitores, características pessoais e comportamentais, e as características dos candidatos, todas tomadas como variáveis categóricas. As variáveis que se apresentaram como fatores importantes no modelo, com significância estatística, e as estimativas de qualidade do ajuste do melhor modelo de efeitos principais[4] são mostradas na Tabela 4. Como se pode observar, as oito variáveis selecionadas, que indicam quais as características que descrevem melhor o perfil dos eleitores com intenção de voto declarado para presidente nas eleições de 2010, foram, em ordem decrescente de significância estatística: se o eleitor votaria em candidato indicado pelo presidente Lula; se votaria em mulher; indicador de aprovação do governo de Lula; religião do eleitor; fator de comportamento de gênero na sociedade; se leva em consideração a experiência política, a religião e a opção sexual do candidato. Este modelo, uma vez que inclui variáveis comportamentais, tem um bom ajuste, explicando mais de 40% da variabilidade dos dados. Entretanto, mais importante do que isto é o percentual de casos preditos corretamente, que é de 76% no geral, com 91,6% de acerto para Dilma, 69,8% para Serra e 22,4% para Marina.

As razões de chances de intenção de voto em Dilma comparadas às de Serra e as de Marina comparadas às de Serra dão importantes informações sobre o perfil dos eleitores destes candidatos nas eleições de 2010. Estas razões de chances são apresentadas na Tabela 5 e a análise que se segue é feita com base nestes dados. O primeiro fato que chama atenção é a estimativa de razão de chances de intenção de voto em Dilma, para eleitores que disseram que votariam em qualquer pessoa indicada por Lula, comparada com quem disse que não votaria de jeito nenhum, que é de 262,8 vezes maior para Dilma do que em Serra. Isto deve-se ao fato de que o presidente Lula, em exercício no momento da campanha, explicitamente apoiou a candidata Dilma, inclusive assumindo como se o voto nela fosse um voto em si mesmo. Mesmo quem respondeu que votaria dependendo da pessoa, tem quase 61 vezes mais chance de votar em Dilma do que Serra. Esta variável, de forma esperada, não mostra diferenciais tão importantes na comparação entre Marina e Serra, mas vale destacar que Marina tem 20% mais chances de intenção de votos do Serra entre eleitores que estão na categoria que votariam na indicação de Lula dependendo da pessoa.

Com relação a comportamento de gênero, duas variáveis dão indicações de como o eleitor se comporta com relação à intenção de voto.

---

[4] Este modelo foi selecionado a partir de um modelo *foward stepwise,* dado que o número de variáveis incluídas era muito grande.

Tabela 4
Estatísticas de qualidade do ajuste do modelo logístico multinomial de intenção de votos para presidente da República para os três candidatos com maiores intenções de voto (Dilma, Serra e Marina) dos eleitores segundo características pessoais e comportamentais

Efeito	Critério de ajuste do modelo	Testes de razão de verossimilhança		
	-2 Log Likelihood	Chi-quadrado	df	Sig.
Intercepto	1784,13	0,00	0	.
Considera a religião do(a) candidato(a)	1792,68	8,55	2	0,014
Considera experiência política	1796,43	12,30	2	0,002
Considera opção sexual do(a) candidato(a)	1792,41	8,28	2	0,016
Religião do(a) eleitor(a)	1804,18	20,06	4	0,000
Aprovação do governo de Lula	1818,44	34,31	4	0,000
Votaria em mulher	1915,86	131,73	6	0,000
Votaria em indicação de Lula	2561,73	777,60	6	0,000
Fator de gênero na sociedade	1796,45	12,32	4	0,015
Modelo somente com intercepto	3151,59			
Modelo final	1784,13	1367,46	30	0,000

	Cox e Snell	Nagelkerke	McFadden
Pseudo R2 (%)	56,1	66,0	43,4

Observado	Predito			Percentual Correto
	Dilma	Serra	Marina	
Dilma	865	59	20	91,6
Serra	125	347	25	69,8
Marina	70	100	49	22,4
Percentual geral	63,9	30,5	5,7	76,0

Fonte: Ibope/CBL, 2010.

A variável com o segundo maior poder de explicação no modelo, como mencionado, é se o eleitor votaria ou não em mulher para presidente da República. Vale lembrar que quase 84% dos eleitores entrevistados afirmaram que votariam em mulher para presidente. Um eleitor que votaria em mulher tem 30,8 vezes mais chance de ter votado em Dilma do que aquele que declarou que não votaria, em comparação com Serra. Esta mesma razão de chances para Marina é de 36,8 vezes, mostrando uma propensão um pouco maior de votos em Marina como mulher do que em Dilma. O outro indicador é o grau de conservadorismo de gênero na sociedade, indicando que um eleitor mais liberal tem 1,76 vez mais chance do que um mais conservador de votar em Dilma do que em Serra e quase duas

Tabela 5
Estatísticas de ajuste do modelo logístico multinomial de intenções de voto para presidente da República para os três candidatos com maiores intenções de voto (Dilma, Serra e Marina), com Serra como categoria de comparação, segundo características pessoais e comportamentais dos eleitores
Brasil – 2010

Características	Modelo Dilma/Serra			Modelo Marina/Serra		
	Exp(B)(1)	(Wald)	Sig.	Exp(B)(1)	(Wald)	Sig.
Intercepto		(42,22)	0,000		(22,14)	0,000
Considera a religião do candidato						
Sim	0,90	(0,20)	0,654	1,79	(6,06)	0,014
Não	1,00			1,00		
Considera experiência na política						
Sim	0,48	(5,78)	0,016	0,39	(10,96)	0,001
Não	1,00			1,00		
Opção sexual do candidato						
Sim	1,24	(0,79)	0,375	1,93	(8,25)	0,004
Não	1,00			1,00		
Religião do eleitor						
NS/NR	1,19	(0,30)	0,587	0,97	(0,01)	0,907
Católica	0,87	(0,49)	0,483	0,46	(16,11)	0,000
Não-católico	1,00			1,00		
Aprovação do governo Lula						
Ótima e boa	3,18	(3,17)	0,075	1,95	(2,67)	0,102
Regular	0,76	(0,16)	0,689	1,48	(0,86)	0,355
Péssima e ruim	1,00			1,00		
Votaria em mulher						
NS/NR	5,36	(5,07)	0,024	8,88	(5,73)	0,017
Depende	7,26	(7,44)	0,006	13,47	(9,23)	0,002
Votaria	30,85	(34,54)	0,000	36,79	(24,11)	0,000
Não votaria	1,00			1,00		
Votaria em indicação de Lula						
Outro/NS/NR	5,88	(26,67)	0,000	1,67	(3,40)	0,065
Votaria em qualquer pessoa	242,09	(262,81)	0,000	0,77	(0,35)	0,554
Votaria dependendo da pessoa	8,78	(60,73)	0,000	1,20	(0,77)	0,379
Não votaria de jeito nenhum	1,00			1,00		
Fator gênero na sociedade						
Mais liberal	1,76	(5,64)	0,018	1,97	(7,27)	0,007
Moderado	1,61	(4,25)	0,039	1,28	(0,96)	0,327
Mais conservador	1,00			1,0		

Fonte: Ibope/CBL, 2010.

(1) Exp(B) é a razão de chances da categoria de referência comparada à categoria de análise. As categorias das covariáveis utilizadas como referência estão indicadas em itálico.

vezes mais chance de votar em Marina do que em Serra. Este resultado mostra que os mais liberais têm probabilidade maior de votar em Marina, depois em Dilma e, em seguida, em Serra.

O legado de um bom governo sempre se reflete de maneira positiva em uma reeleição ou na eleição de candidato indicado pelo partido de situação. O indicador de aprovação do governo Lula como ótimo ou bom vai na direção de confirmar este fato. Assim, o eleitor que declarou ter boa avaliação do governo tinha três vezes mais chance do que aquele que tinha avaliação péssima ou ruim de ter a intenção de votar em Dilma do que no seu maior oponente. O contrário ocorre com aqueles que tinham avaliação regular, os quais possuíam 24% menos chance dar votos a Dilma do que ao Serra. A candidata Marina também se beneficiou com a situação de aprovação do governo da situação, pois a chance entre os que declaravam aprovação ótima ou boa era de 1,95 vez mais do que votar em Serra e, mesmo entre aqueles que declaram ser um governo regular, Mariana tinha 1,46 vez mais chance de ter intenção de votos do que o Serra.

A única variável de característica pessoal do eleitor que permaneceu como significativa no modelo foi sua religião, agrupada basicamente em duas categorias: católicos e não-católicos. Nesta situação, Serra levou vantagem em relação às suas duas oponentes. Um eleitor católico, comparado com o não católico, tinha 13% menos chance de votar em Dilma do que em Serra e 54% menos chance de votar em Marina do que em Serra. Entre os não-católicos, sabe-se que a grande maioria compreende aqueles que se declararam evangélicos. Desta forma, analisando por outro prisma, os não-católicos (ou evangélicos) declararam maior intenção de votos em Marina do que nos demais candidatos.

Interessante que a religião também aparece no modelo como característica do candidato levada em consideração pelo eleitor no momento de decidir seu voto para Presidência do país. Neste caso, a candidata Dilma apresenta desvantagem em comparação a Serra, enquanto Marina leva vantagem por causa de sua religião. No caso de Dilma, se o eleitor considerava esta característica como importante para definir seu voto em comparação com quem não considerava, ela tinha 10% menos chance de receber uma intenção de voto do que o Serra. Já para Marina, se o eleitor considerava a religião do candidato uma característica importante na decisão do voto, ela tinha 1,79 vez mais chance de receber voto do que o Serra.

Outras duas características do candidato que aparecem no modelo como significantes são a experiência política e a opção sexual. No caso da

primeira, Serra leva vantagem em relação às demais candidatas. Quando comparada com Serra, Dilma possuía 52% menos chance de receber intenção de votos se o eleitor declarou que a experiência política era importante e Marina tinha 61% menos chance do que Serra. Ou seja, ainda que Marina tivesse mais experiência política que Dilma (esta com maior experiência administrativa), na intenção de voto, o eleitor que considera a experiência política como importante na definição do voto deu um pouco mais de vantagem a Marina do que a Dilma. O candidato Serra, sem sombra de dúvidas, leva vantagem nesta situação em comparação às suas oponentes. Quanto à opção sexual, os resultados não são totalmente na direção que se esperaria. De fato, dado que Dilma tem maior intenção de votos entre os que levam e os que não levam em consideração a opção sexual do candidato, o resultado aponta que, entre os que levam em consideração, Dilma tinha 24% mais chance de receber intenção de voto do que Serra. No caso de Marina, esta chance aumenta para 93%.

Considerações finais

A grande novidade do pleito presidencial de 2010 foi a eleição de uma mulher para a Presidência da República. Mas a eleição de Dilma Rousseff não foi o resultado de uma mobilização do movimento de mulheres e de uma efetivação das bandeiras feministas, embora a presença feminina no posto máximo da República possa trazer benefícios para a construção de uma sociedade com maior equidade de gênero.

Na verdade, o perfil da distribuição dos votos de Dilma Rousseff teve uma grande semelhança com os votos que o ex-presidente Lula teve nas eleições de 2006. Terron (2010, p. 5), analisando os territórios eleitorais, considera que “Em 2010, o padrão espacial da votação municipal da presidente eleita é muito semelhante ao padrão regional da reeleição do presidente Lula, em 2006”. Apesar de o modelo espacial não garantir que houve transferência de votos do governo e do presidente Lula para a candidatura governista, os dados de intenções de voto analisados aqui mostram que esta transferência foi muito grande.

De modo geral, a candidata do PT – mesmo apresentando elevados índices de apoio em todos os segmentos sociais nas eleições de 2010 – teve maior proporção de intenções de voto entre os seguintes segmentos: os eleitores de baixa renda (“classes” C, D e E); os de menor escolaridade (Dilma só perdia entre os eleitores de nível universitário); entre os homens; entre aqueles que se declararam católicos; os adultos de 25 a 59 anos; os

moradores das Regiões Norte e Nordeste do país; e os beneficiários dos programas de transferência de renda. Ou seja, o eleitorado de Dilma Rousseff, em 2010, tinha grande semelhança com o eleitorado de Lula, em 2006.

De fato, o modelo logístico multinomial mostrou que a variável com maior poder de explicação das intenções de voto declaradas para a Presidência da República foi se o eleitor votaria em candidato indicado pelo presidente Lula. O carisma do ex-presidente e os bons índices da avaliação do governo reforçaram o desejo de continuidade da administração anterior. O resultado foi como uma reeleição do projeto político do governo, no qual a candidata Dilma era figura proeminente.

Contudo, este quadro geral não deve ofuscar a existência de outras variáveis que são importantes na decisão do voto. Por exemplo, as questões de gênero foram importantes para a definição da intenção de voto a presidente. O sexo do candidato não apareceu como importante na definição do voto. No entanto, a informação se votaria em mulher apresentou correlação significativa. É fato que esta pode ter tido pouca importância no resultado da eleição, pois poucos eleitores declararam que não votariam em mulher. Entretanto, esta variável é a segunda mais importante na comparação entre votos de Serra e as duas outras candidatas.

Evidentemente, existem forças conservadoras na sociedade brasileira, mas não houve uma opção em bloco favorável ou desfavorável por um determinado projeto político, mas indicadores de gênero e comportamento social aparecem favorecendo mais um ou outro candidato. O indicador de gênero vinculado a comportamento social de homens e mulheres mostra que os mais liberais tendiam a ter intenção de voto maior em Dilma e Marina do que em Serra. Outros indicadores de gênero, como fator de gênero na política e fator de homossexualismo e aborto, que classificam os eleitores em conservadores ou mais liberais, e o fator de boa governança com mulheres, que indica se esta aumentaria ou não com mais mulheres no poder, não tiveram influência significativa nas intenções de votos. Os demais indicadores que classificam os eleitores com relação à conivência com a corrupção, preferência por regime democrático e indicador de consciência racial, que colocam os eleitores em categorias mais liberais e moderadas do que nas conservadoras, não apresentaram relevância na definição do voto para presidente em 2010.

Vale mencionar que o indicador de homossexualismo e aborto é o que classifica a sociedade como mais conservadora do que qualquer outro indicador. De fato, a abordagem de alguns temas a partir das características dos candidatos mostrou que a orientação sexual e a religião do candidato

tinham relação significativa, aumentando a chance de Dilma e Marina em relação à orientação sexual e favorecendo Marina em relação à sua religião. Singer (2009), com base na eleição de 2006, mostrou que a adesão do subproletariado ao lulismo significou um apoio do "conservadorismo popular" à candidatura governista, colocada mais à esquerda do espectro político. Os resultados encontrados para 2010 confirmam que o conservadorismo moral, ainda presente no eleitorado brasileiro, não se alinhou de maneira integral e em bloco a uma ou outra candidatura presidencial, embora as candidaturas femininas tenham atraído maior percentual de votos não conservadores.

O comportamento de gênero olhado a partir de outra perspectiva, o sexo dos eleitores, mostra que homens e mulheres votam de forma diferenciada. As mulheres apresentaram maiores índices de não definição do voto (não sabe, nulo e branco) e eram maioria entre os eleitores de José Serra e Marina Silva e minoria entre os que declaravam votos em Dilma Rousseff. Além disso, a intenção de voto dos homens está mais associada ao seu grau de instrução, religião e recebimento de programa social e a intenção de voto das mulheres está mais relacionada à "classe social" a que pertence, região onde mora, idade e frequência religiosa.

A literatura da ciência política brasileira mostra que as pessoas beneficiárias do Programa Bolsa Família (PBF) votam em maior proporção na candidatura governista. Mas uma novidade apresentada neste capítulo, com base no *survey* realizado pelo Ibope, é que os homens das famílias beneficiárias do PBF apresentaram maiores índices de intenção de voto na candidata Dilma Rousseff do que as mulheres que são, em sua ampla maioria, titulares dos benefícios do PBF. A possível causa deste fenômeno é o fato de as condicionalidades do PBF estarem sobrecarregando a responsabilidade das mulheres na família e reforçando a tendência de desresponsabilização dos homens com o cuidado e a criação de seus filhos.

Não é possível resumir nestas conclusões todos os resultados dos modelos multivariados. O que se pode notar nos resultados do *survey*, levado a campo pouco antes da realização do primeiro turno das eleições de 2010, é que o processo de definição de voto passa por complexas relações sociais e por inúmeras variáveis que expressam a transversalidade de gênero, geração, classe, religião, espaço, etc. As duas mulheres que disputaram com sete homens as eleições presidenciais de 2010 tiveram cerca de dois terços dos votos (67%) e este número indica que a maioria do eleitorado brasileiro estava preparada para a presença feminina no cargo máximo do Poder Executivo.

O Brasil possui uma sociedade complexa e extremamente desigual. Porém, a eleição da primeira mulher presidenta do Brasil mostrou que o país, embora ainda marcado por diferenças na inserção e na representação entre os sexos, tem avançado no rumo de uma sociedade com maior equidade de gênero.

Referências

ALMEIDA, A. C. **A cabeça do eleitor**. São Paulo: Record, 2008.

ALVES, J. E. D.; CAVENAGHI, S. M . Dinâmica demográfica e políticas de transferência de renda: o caso do programa Bolsa Família no Recife. **Revista Latinoamericana de Población**, v. 3, p. 165-188, 2009.

ARAÚJO, C. Gênero e acesso ao Poder Legislativo no Brasil: as cotas entre as instituições e a cultura. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 2. p. 23-59, jul.-dez. 2009.

ARRIAGADA, I.; MATHIVET, C. Los programas de alivio a la pobreza Puente y Oportunidades. Una mirada desde los actores. **Serie Políticas Sociales**, Santiago de Chile, Cepal, n. 134, abr. 2007.

BOHN, S. R. Evangélicos no Brasil: perfil socioeconômico, afinidades ideológicas e determinantes do comportamento eleitoral. **Opin. Publica**, Campinas, v. 10, n. 2, out. 2004.

CARREIRÃO, Y. de S. A eleição presidencial de 2002: uma análise preliminar do processo e dos resultados eleitorais. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, n. 22, p. 179-194, jun. 2004.

GUEDES, R. Eleições presidenciais 2010: ruptura ou consolidação do pacto social? **Em Debate**, Belo Horizonte, v. 2, n. 5, p. 12-14, maio 2010.

HOSMER, D. W.; LEMESHOW, S. **Applied logistic regression**. 2nd ed. New York: John Wiley and Sons, 2000.

HUNT, E. B.; MARIN, J.; STONE, P. J. **Experiments in induction**. New York: Academic Press, 1966.

LOURENÇO, L. C. **Abrindo a caixa-preta**: da indecisão à escolha a eleição presidencial de 2002. Tese (Doutorado em Ciências Políticas e Sociologia) – Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

OLIVEIRA, A. Pesquisas, estratégias eleitorais e a disputa presidencial de 2010. **Em Debate**, Belo Horizonte, v. 2, n. 5, p. 6-11, maio 2010.

PIERUCCI, A. F.; PRANDI, J. R. Religiões e voto: a eleição presidencial de 1994. **Opinião Pública***,* v. 3, n. 1, p. 20-43, jun.1995.

RENNÓ, L.; CABELLO, A. As bases do lulismo: a volta do personalismo, realinhamento ideológico ou não alinhamento? **Revista Brasileira de Ciência Política**, v. 25, n. 74, out. 2010.

REIS, F. W. Identidade política, desigualdade e partidos brasileiros. **Novos Estudos**, São Paulo, Cebrap, n. 87, jul. 2010.

SILVEIRA, F. E. A dimensão simbólica da escolha eleitoral. In: FIGUEIREDO, R. (Org.). **Marketing político e persuasão eleitoral**. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, 2000.

SINGER, A. **Esquerda e direita no eleitorado brasileiro**. São Paulo: Edusp, 2000.

________. Raízes sociais e ideológicas do lulismo. **Novos Estudos**, São Paulo, Cebrap, edição 85, dez. 2009.

TERRON, S. L. Cartografia e análise política: mapas políticos ou a política em mapas? **ComCiência**, Revista Eletrônica de Jornalismo Científico, Rio de Janeiro, SBPC, n. 123, 10/11/2010.

TERRON, S. L; SOARES, G. A. D. As bases eleitorais de Lula e do PT: do distanciamento ao divórcio. **Opinião Pública**, Campinas, v. 16, n. 2, p. 310-337, nov. 2010.

EIXO 2

Monitoramento das campanhas e candidaturas

Clara Araújo

Os próximos 11 artigos apresentam os principais resultados das pesquisas conduzidas pelo Eixo 2, intitulado "Candidaturas e Candidatos". No âmbito do objetivo geral do Consórcio, que consistiu em pesquisar a "participação das mulheres no processo eleitoral de 2010, na perspectiva de gênero", coube a este eixo: identificar o perfil do conjunto dos candidatos de ambos os sexos nos diversos níveis eleitorais; monitorar o processo eleitoral e analisar qualitativamente as candidaturas majoritárias e minoritárias de ambos os sexos; estudar de forma mais pormenorizada e, ao mesmo tempo, analiticamente mais abrangente os candidatos ao cargo de deputado federal; verificar a adoção da nova Lei de Cotas (Lei n. 12.034/2009) para candidaturas proporcionais; e observar a engenharia dos partidos com vistas à disputa eleitoral, envolvendo a definição de suas candidaturas, destinação de recursos financeiros e não financeiros e aplicação das cotas.

O intuito geral foi acompanhar internamente um processo eleitoral articulado em diversos níveis e em seu momento principal, bem como tentar captar os fatores e condições prévias e contextuais que podem ou não influenciar as condições de elegibilidade das mulheres. Buscou-se observar, também, o contexto inusitado e peculiar das eleições presidenciais de 2010, em que, dos três principais candidatos que concorriam em condições efetivas de competitividade, dois pertenciam ao sexo feminino, resultando na eleição da primeira mulher para presidir o país. Foram perseguidos dois objetivos: como o gênero recortava as eleições presidenciais em si; e como estas se articulavam ou impactavam os outros níveis eleitorais. A articulação entre este contexto específico e o processo com suas características próprias constituiu um desafio e, ao mesmo tempo, grande estímulo para os pesquisadores envolvidos nessa investigação.

Partidos enquanto organizações, de um lado, e candidatos como atores políticos e agentes portadores e expressões de ambientes e aspirações sociais, de outro, formaram os objetos privilegiados da pesquisa. Características sistêmicas partidárias, trajetórias e recursos, com atenção especial para os recursos financeiros,[1] estiveram em foco no monitoramento e na coleta de dados em diversas e complementares fontes. Além do mapeamento censitário envolvendo perfis sociodemográficos e partidários dos candidatos e eleitos no país, foram acompanhadas qualitativamente as campanhas dos candidatos à Presidência da República, aos governos estaduais, ao Senado[2] e ao cargo de deputado federal, por meio de diversos instrumentos de coleta de dados. Bases de dados do Tribunal Superior Eleitoral, Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral – HGPE, *blogs* e *sites* de candidatos, entrevistas e aplicações de questionários foram fontes e instrumentos utilizados.

O tempo predefinido de campanha, somado às limitações de recursos financeiros e de pessoal para cobrir o país, nos levou a fazer recortes específicos para a investigação mais pormenorizada dos partidos e das candidaturas ao cargo de deputado federal, nosso foco principal nas proporcionais. No caso dos partidos, foi feita uma análise qualitativa comparada de dois Estados brasileiros, um da Região Nordeste – Ceará – e outro do Sudeste – Rio de Janeiro –, com base em critérios explicados nos respectivos textos. Em se tratando dos deputados federais, uma das fontes de coleta consistiu na realização de um *survey* em uma amostra de 14 Estados, representativa para as Regiões Sul e Sudeste e com Estados das demais regiões. Se em ambos os casos mencionados não é possível fazer generalizações para o total do país, não resta dúvida de que as informações coletadas e as análises aqui apresentadas possuem dois importantes méritos: por um lado, reforçam estudos realizados sobre diversos aspectos e focos; e, por outro, trazem novos e reveladores elementos para uma compreensão mais ampla sobre o *gap* de gênero na política.

As limitações de espaço nesta coletânea não permitiram apresentar todas as informações recolhidas e/ou aprofundar certos aspectos. Entretanto, seus principais resultados estão aqui reunidos e a abrangência de

[1] Considerando-se todo o debate existente atualmente sobre as características e implicações das regras de financiamento eleitoral vigentes e suas consequências para as chances de elegibilidade das mulheres.

[2] Nestes dois últimos casos, o critério definido para o acompanhamento qualitativo foi o de que o Estado tivesse candidaturas de mulheres com, pelo menos, 5% de intenções de votos nas pesquisas eleitorais.

fontes, metodologias e níveis estudados formam um conjunto que oferece novas possibilidades analíticas. As informações, hipóteses e variáveis que perpassam os recortes feitos procuram dialogar entre si e fornecem ao leitor um vasto manancial de dados e questões ainda pouco explorados sob essa perspectiva, multidimensional e complementar. Esperamos, portanto, que possam cumprir seus objetivos: contribuir para a formulação de políticas públicas no campo da política institucional e estimular novas investigações com as fontes disponíveis.

A participação política das mulheres nas eleições 2010: panorama geral de candidatos e eleitos

Fernanda Feitosa*

As eleições de 2010 prometiam avanços para a ampliação da participação política das mulheres: as cotas enfim obrigatórias, após 15 anos; duas mulheres entre os presidenciáveis, com trajetórias políticas de luta democrática; e reserva de 5% do fundo partidário para a formação política das mulheres. Adicionalmente, 2010 foi declarado pela Organização dos Estados Americanos – OEA, o Ano Internacional da Mulher na Política, uma luta para que as mulheres das três Américas conquistassem o poder. A realidade no país, entretanto, é outra. O Brasil é a oitava economia do mundo, mas ocupa o 110º *lugar em participação política feminina no parlamento, segundo a União* Interparlamentar, organização internacional dos parlamentos dos Estados soberanos. Tal discrepância se assenta, principalmente, nos moldes do nosso sistema político e na estrutura dos partidos políticos.

De acordo com os dados do Tribunal Superior Eleitoral – TSE,[1] as mulheres são 51,8% do eleitorado, cerca de cinco milhões a mais de votos. A configuração majoritariamente feminina do eleitorado é uma tendência que se confirma desde 2000. Entretanto, a sub-representação de mulheres na política institucional brasileira ainda revela a persistência de um déficit democrático.

O panorama, ora apresentado, é uma atividade tradicionalmente realizada pelo Centro Feminista de Estudos e Assessoria – Cfemea, nos períodos eleitorais. Ao integrar o Consorcio Bertha Lutz, foi possível ampliar a coleta dos dados, consubstanciar as análises e enriquecê-las com as contribuições dos demais participantes.

---

* Cientista política e consultora do Centro Feminista de Estudos e Assessoria – Cfemea.

[1] Todos os dados utilizados foram retirados do sítio do Tribunal Superior Eleitoral até 1º de maio de 2011.

Na presente análise, foram cotejados de forma quantitativa todos os cargos em disputa nas eleições. O exame foi realizado por cargo, abrangendo candidatos e eleitos por partido e região, em um esforço comparativo com o pleito anterior. Contudo, privilegiou-se a apreciação dos dados referentes ao cargo de deputado/a federal, no sentido de traçar um perfil das candidatas quanto a grau de instrução, faixa etária, estado civil e ocupação declarada. Além disso, buscou-se observar a repercussão política e jurídica da modificação da lei de cotas.

Foram apresentadas 22.538 candidaturas para todos os cargos em disputa no pleito de 2010. Deste total, apenas 22,4% dos registros eram de candidatas. Para os cargos proporcionais, a média de candidaturas femininas ficou em torno de 22% dos registros, ao passo que para os majoritários esse percentual foi de 13,2%, para o Senado Federal, e 10,7%, para os governos estaduais.

Após o julgamento dos pedidos de registro das candidaturas pelos tribunais eleitorais, houve uma diminuição de dois pontos percentuais no número total de registros. Ainda assim, registrou-se um aumento de 47% no número de candidaturas femininas aptas para todos os cargos em disputa em relação a 2006, quando as mulheres representavam 14,1% do total de candidatos.

Presidência da República

As eleições de 2010 contaram com nove concorrentes para a Presidência da República, sendo duas mulheres. Elas não foram as primeiras mulheres a disputarem o principal cargo político do país, contudo, foram as primeiras com chances reais de chegarem ao poder e/ou de influírem no segundo turno. Cerca de 70% do eleitorado, no primeiro turno, votou em uma mulher para presidente. No segundo turno, foi eleita a primeira mulher presidenta do Brasil, com 56,1% dos votos.

Nas eleições nacionais de 2006, também houve duas mulheres na competição: Ana Maria Teixeira Rangel (PRP), cuja candidatura foi impugnada; e Heloísa Helena (PSOL), que seguiu com algum destaque, situando-se em terceiro lugar nas pesquisas eleitorais.

Governos estaduais

As candidaturas aos governos estaduais totalizaram 169 candidatos, figurando neste rol somente 18 mulheres, ou seja, 11% dos candidatos (Tabela 1), o que significa um decréscimo relativo a 2006, quando 26 mulheres se candidataram a esse cargo (12,7% do total).

Metade dos Estados brasileiros mais o Distrito Federal, com a renúncia de Joaquim Roriz em favor de sua esposa Wesliam Roriz, tiveram candidatas ao posto de governador. Dos 27 partidos políticos, 11 concorreram com mulheres, em maior número o PCO e o PSOL, com três candidatas cada.

Tabela 1
Candidaturas para os governos estaduais, segundo sexo
Brasil – 2010

Sexo	N. abs.	%
Homens	151	89,3
Mulheres	18	10,7
Total	**169**	**100,0**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

No primeiro turno foram eleitas duas governadoras, ambas na Região Nordeste: Rosalba Ciarlini, pelo Democratas do Rio Grande do Norte; e Roseana Sarney, do PMDB do Maranhão. Mais duas disputaram o segundo turno, Weslian Roriz no Distrito Federal e Ana Júlia Carepa no Pará, sem, contudo, obterem sucesso. Em 2006, elegeram-se cinco governadoras, todas no segundo turno.

Senado Federal

Entre os 222 candidatos que concorreram ao Senado Federal, 29 eram mulheres, que correspondiam a 13,1% do total, demonstrando que houve, assim como para o governo estadual, decréscimo no número de mulheres em relação às eleições nacionais passadas. Em 2006, esse índice foi de 16%, com 35 candidatas.

Grande parte das unidades federativas apresentou candidaturas femininas (em apenas sete não houve nenhuma mulher candidata ao Senado), com destaque para a Região Nordeste, que contou com 37,9% das candidaturas de mulheres ao Senado. O pior desempenho foi do Centro-Oeste, com 6,9% das candidatas aptas (Tabela 2).

Agregando em posições ideológicas os oito partidos políticos que apresentaram candidaturas femininas aptas para senadora (PCdoB, PP, PSB, PSDB, PSOL, PSTU, PT e PV), observa-se que as mulheres são mais recrutadas nos partidos ditos de esquerda e centro-esquerda do que naqueles mais à direita do espectro político (Tabela 3). Para a elaboração da Tabela 3, os partidos foram agregados em posições ideológicas estereotipadas, de acordo com os procedimentos usuais na ciência política

brasileira (FERNANDES, 1995; RODRIGUES, 2002) – sabendo que, dadas as características do nosso sistema partidário, tais rótulos nem sempre são sólidos, tanto pelas profundas diferenças regionais no seio de cada legenda quanto pelo fato de que, por vezes, a filiação não indica uma vinculação efetiva com o programa do partido. Foram agrupados: na "esquerda", PCdoB, PCB, PCO, PDT, PMN, PPS, PSB, PSOL, PSTU, PT e PV; no "centro", PSDB e PMDB; e, na "direita", DEM, PHS, PP, PR, PRB, PRP, PRTB, PSC, PSD, PSDC, PSL, PST, PTB, PTdoB, PTC e PTN.

Tabela 2
Candidaturas aptas para o Senado Federal, por sexo, segundo Região
Brasil – 2010

Regiões	Mulheres		Homens		Total
	N. abs.	%	N. abs.	%	
Norte	6	20,7	33	17,1	39
Nordeste	11	37,9	71	36,8	82
Centro-Oeste	2	6,9	30	15,5	32
Sudeste	4	13,8	34	17,6	38
Sul	6	20,7	25	13	31
Total	**29**	**100,0**	**193**	**100,0**	**222**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

Tabela 3
Candidaturas aptas para o Senado Federal, por sexo, segundo partidos agregados em posições ideológicas
Brasil – 2010

Partidos políticos	Mulheres		Homens		Total	
	N. abs.	%	N. abs.	%	N. abs.	%
Esquerda	23	18,1	104	81,9	127	100,0
Centro	4	10,0	36	90,0	40	100,0
Direita	2	3,6	53	96,4	55	100,0
Total	**29**	**13,1**	**193**	**86,9**	**222**	**100,0**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

Em 2010, foram eleitas oito senadoras. Considerando-se que em 2006 a renovação do Senado era de um terço e se elegeram quatro mulheres, houve uma estagnação. Contando as três senadoras que exercerão seu segundo mandato com mais uma suplente que assumirá, a bancada

feminina no Senado passará de 11 para 12 senadoras. Na lista dos dez senadores mais votados figuram três mulheres: Marta Suplicy (PT/SP), Ana Amélia Lemos (PP/RS) e Lidice (PSB/BA), respectivamente, em segundo, oitavo e nono lugares.

A Região Norte elegeu três senadoras, o maior número de um total de 14 vagas, mas foi o Sul que obteve a maior proporção, elegendo duas senadoras para o total de seis vagas. O Partido dos Trabalhadores foi o único a eleger mais de uma senadora; os demais (PC do B, PP, PSB, PSDB e PSOL) elegeram apenas uma cada.

Câmara dos Deputados

Do total de 6.015 registros apresentados pelos partidos, pouco mais de 22% referiam-se a candidaturas de mulheres a deputada federal (Tabela 4), índice ainda aquém do estipulado pela Lei Eleitoral 9.504/97, que determina um mínimo de 30% de candidaturas femininas para os cargos proporcionais, obrigatórias desde 2009.

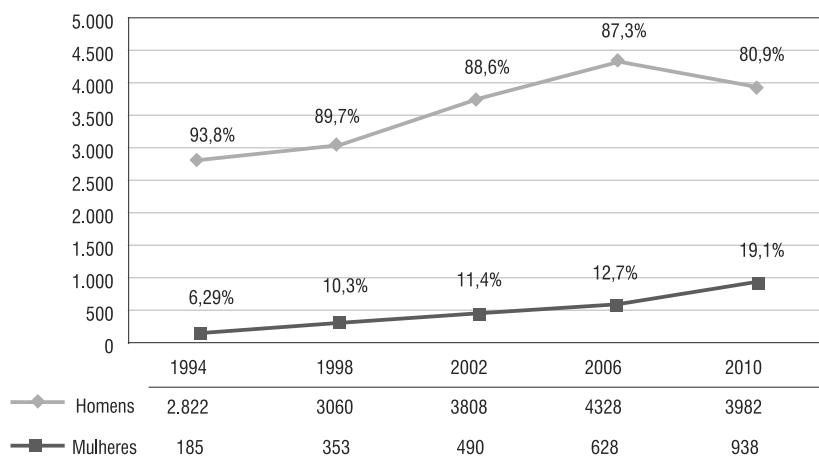
Tabela 4
Candidaturas para a Câmara dos Deputados, segundo sexo
Brasil – 2010

Sexo	N. abs.	%
Homens	4.680	77,8
Mulheres	1.335	22,2
Total	**6.015**	**100,0**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

Comparando-se com o pleito passado, quando foram apresentados 740 registros de candidaturas femininas, observa-se um incremento de 80,4% no número de candidatas ao cargo de deputada federal. Esse acréscimo reflete uma tentativa ainda insuficiente dos partidos políticos de cumprirem as cotas.

Um dado significativo é o elevado número de impugnações de mulheres diante da sua desproporcional participação eleitoral. As candidaturas femininas consideradas aptas pelos tribunais eleitorais (Gráfico 1) foram ainda em menor número, representando 19,1%.

Gráfico 1
Evolução do número de candidaturas aptas para a Câmara dos Deputados, por sexo
Brasil – 1994-2010

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

As mulheres representaram 36,2% da totalidade dos candidatos impugnados, em 2010, o que equivale a 29,7% de todas as candidaturas femininas apresentadas, ao passo que esse percentual, para os homens, foi de 14,9%. Em 2006, a proporção de registros impugnados foi de 17,8%, para as mulheres, e de 14%, para os homens.

Aventa-se que, não obstante o acréscimo no número de candidatas, as mulheres ainda figuram como um grande contingente das candidaturas pequenas. São, em sua maioria, candidaturas pouco competitivas e recebem pouco ou nenhum apoio de seus partidos, inclusive no momento do registro. Os procedimentos formais e burocráticos foram, em grande medida, responsáveis por tamanho número de impugnações. Sem contarem com assessoria jurídica, seja para providenciar toda a documentação requisitada pelos tribunais, seja para interpor recursos e seguir na competição eleitoral, os critérios objetivos formais acabaram por inviabilizar muitas candidaturas.

Cotas

As cotas foram idealizadas com o intento de gerar medidas reparatórias no sentido mais concreto de proporcionar, nas disputas eleitorais, uma vantagem inicial às mulheres, compensando ao menos em parte os

prejuízos devidos ao seu ingresso forçosamente tardio na arena política. Sua finalidade última é propiciar aumentos efetivos nos percentuais de mulheres presentes nas esferas de representação política como candidatas e, sobretudo, como eleitas. Além desse componente de caráter distributivo, a política de cotas possui o objetivo mais simbólico de alterar a cultura política, marcada por percepções de gênero que naturalizam as desigualdades.

Introduzidas pela Lei n.º 9.100, em 1995, as cotas eleitorais no país estabeleceram as normas para realização das eleições municipais subsequentes, determinando uma cota mínima de 20% para as mulheres.

Este dispositivo foi revisado em 1997, com a Lei n.º 9.504, que estendeu a medida para os demais cargos eleitos por voto proporcional, ampliando o percentual anterior para 30% e mantendo-o em todas as eleições seguintes, tanto municipais quanto estaduais e federais.

Contudo, em sua redação, a lei não exigia obrigatoriedade de preenchimento dos percentuais, ou seja, os partidos e coligações não eram obrigados a preencher as vagas destinadas às mulheres. Caso o percentual mínimo estabelecido não fosse preenchido por mulheres, não poderia apenas ser substituído por homens, sendo possível, no entanto, deixá-lo em aberto, lançando as candidaturas disponíveis, sem que por isto haja alguma sanção sobre o partido.

Além disso, ao mesmo tempo em que instituiu a reserva de vagas para mulheres, a legislação ampliou o número de candidaturas que cada partido ou coligação pode apresentar. Essa característica dá abertura para que não existam deslocamentos de candidatos homens, diante do maior número de candidatas mulheres. Isso porque a legislação aprovada em 1997 ampliou em 50% o número de candidatos que podem concorrer, isto é, um partido pode lançar até 150% de candidatos para o total de vagas em disputa, chegando a 200% no caso de coligações partidárias.

A Lei n.º 12.034, de 29 de setembro de 2009, deu nova redação ao § 3° do art. 10 da Lei n.º 9.504/1997, nomeada Lei Eleitoral, determinando, obrigatoriamente, que os partidos e coligações, ao registrarem candidatos às eleições proporcionais, deverão preencher as vagas de acordo com os percentuais mínimo e máximo para cada gênero, ou seja, preenchê-las com o mínimo de 30% e o máximo de 70% dos candidatos de cada sexo, tendo por base de cálculo o número de candidatos efetivamente lançados pelos partidos e coligações. Na redação original do dispositivo, a locução "deverá reservar" conferia um caráter facultativo ao dispositivo legal. Com a nova redação, a expressão foi substituída por "preencherá", passando

a demonstrar a força imperativa do preceito quanto à observância dos percentuais mínimo e máximo para cada gênero.

Vale ressaltar que, juntamente com essa alteração, outras duas medidas foram aprovadas na Lei 12.034, alcunhada de minirreforma eleitoral, com o objetivo de fortalecer a participação política feminina: 10% do tempo de propaganda partidária e a destinação de 5% dos recursos do fundo partidário para a formação política e o incentivo à participação feminina.

Houve, de fato, uma elevação acentuada do número de candidatas aos cargos proporcionais devido à obrigatoriedade das cotas e, ao mesmo tempo, um decréscimo nas candidaturas masculinas. Porém, a ausência de sansão ao descumprimento da medida, aliada à falta de qualquer estratégia de empoderamento das mulheres em seus próprios partidos, fez com que, nas últimas eleições, ocorresse uma queda substantiva na proporção entre candidaturas femininas e mulheres eleitas, que diminuiu pela metade: correspondia a mais de 17%, em 1994, encontrava-se em uma média de 8%, nas duas últimas eleições nacionais, e ficou em 4,6%, em 2010, enquanto a taxa de sucesso masculina permaneceu em 11% ao longo da linha temporal.

O registro da candidatura a cargo eletivo é solicitado aos Tribunais Regionais Eleitorais, devendo ser ordenado ou indeferido conforme o preenchimento ou não dos requisitos exigidos por lei. A minirreforma eleitoral acrescentou mais um requisito que, em não sendo satisfeito, deveria resultar no impedimento do registro dos partidos. Uma vez aceitas pelos TERs, as listas só poderiam ser questionadas mediante provocação aos órgãos da Justiça Eleitoral. Todavia, a legitimidade para propor esta ação pertence somente a partido político, coligação ou ao Ministério Público Eleitoral. O cidadão comum não foi incluído nesse rol, ficando sem legitimidade ativa para essa ação, conforme explicita a Lei Complementar 64/90, em seu art. 3º.

O Cfemea, juntamente com a Articulação de Mulheres Brasileiras – AMB, desencadeou um processo de monitoramento das candidaturas apresentadas pelos partidos políticos aos Tribunais Regionais Eleitorais, encaminhando cartas para o TSE, TREs e procuradores regionais eleitorais, numa tentativa de suscitar o debate e sensibilizar os operadores do direito, cobrando uma postura firme para que a alteração da lei não restasse como letra morta. Contudo, um dos principais entraves para o não cumprimento da lei pelos partidos políticos residiu na divergência de entendimento do texto por parte dos Tribunais Regionais Eleitorais. O TRE de São Paulo, por exemplo, proferiu decisão no sentido de não

impugnar as listas partidárias apresentadas que não obedecessem as proporcionalidades mínima e máxima de cada sexo, sob a alegação de que as coligações e os partidos políticos não podem ser prejudicados, uma vez que não seria possível obrigar as mulheres a preencherem as vagas.

Tal justificativa aparece ainda no Acórdão, 24.769/2010, do TRE de Santa Catarina, o qual afirma que "não se pode exigir que o partido político desista das demais candidaturas, ou, pior ainda, obrigue alguém a concorrer apenas para cumprir cota". As decisões que se valem de tal argumento invertem a lógica de redução do déficit democrático de gênero na esfera política. A imposição de corte das candidaturas masculinas não somente está expressa na lei, pela proporcionalidade de 30% e 70%, mas também pode funcionar como sanção. Assim, o partido político ou coligação que não apresentar nas suas listas o número de mulheres estabelecido pela legislação não poderá dispor de todas as vagas de candidaturas.

O Tribunal Superior Eleitoral firmou entendimento somente após a apreciação do caso do Partido Democrático Trabalhista do Pará (PDT/PA). Com exceção do ministro Marco Aurélio, a Corte decidiu pela satisfação da norma, com a diminuição do número de candidaturas masculinas pelos partidos políticos para a observância dos percentuais de 30% e 70% de candidatos de cada sexo.

Os resultados das eleições revelaram o tamanho do descaso. Houve aumento substancial nas candidaturas femininas para os cargos proporcionais que, no entanto, não foi acompanhado de uma elevação no número de cadeiras conquistadas por mulheres. Foram eleitas 45 deputadas, mesmo número alcançado na última eleição.

Estados e regiões

Embora nenhuma região tenha apresentado um mínino de 30% de candidaturas femininas, o Norte obteve o maior percentual de candidatas, com 27%, seguido pelo Sul (26,6%). Interessante notar que, segundo os dados do último censo realizado pelo IBGE, a única região do país onde a população masculina supera a feminina é o Norte, com oito milhões de homens e 7,8 milhões de mulheres.

Ao contrário do observado nos cargos majoritários, o Nordeste teve o pior desempenho de participação feminina nas eleições para o cargo de deputado federal, com 16,6% das candidaturas de mulheres (Tabela 5).

Tabela 5
Candidaturas para a Câmara dos Deputados, por sexo, segundo regiões
Brasil – 2010

Regiões	Mulheres		Homens		Total	
	N. abs.	%	N. abs.	%	N. abs.	%
Norte	162	27	439	73	601	100,0
Nordeste	204	16,6	1026	83,4	1230	100,0
Centro-Oeste	91	20,7	348	79,3	439	100,0
Sudeste	660	22,6	2264	77,4	2924	100,0
Sul	218	26,6	603	73,4	821	100,0
Total	**1.335**	**22,2**	**4.680**	**77,8**	**6.015**	**100,0**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

Em seis Estados (Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Paraíba, Rondônia e Tocantins), nenhum partido ou coligação atingiu o percentual mínimo de candidaturas femininas. Os únicos Estados que apresentaram mais de 30% de candidatas foram Mato Grosso do Sul (32,4%), Amazonas (31%), Santa Catarina (30,6%) e Rio de Janeiro (30,6%).

Todavia, aferiu-se uma discrepância entre o número de candidatas e o de eleitas, justamente nestes Estados. Mato Grosso do Sul está, juntamente com Mato Grosso e Sergipe, entre os Estados nos quais nenhuma mulher foi eleita, enquanto o Espírito Santo apresentou proporcionalmente o melhor resultado, onde quatro dos seus dez deputados são mulheres. Amapá e Alagoas tiveram resultados coerentes, com 28,4% e 22,9% de candidatas e 37,5% e 22,2% de eleitas, respectivamente.

Já os maiores colégios eleitorais exibiram pífios resultados. Embora São Paulo tenha elegido o maior número absoluto de mulheres, elas representam apenas 8,6% dos 70 deputados paulistas. As deputadas cariocas e mineiras são apenas 8,7% e 1,9% das suas bancadas estaduais, respectivamente.

A Região Norte foi a que elegeu o maior percentual de mulheres candidatas aos cargos proporcionais, correspondendo a 15,4% de eleitas a deputada federal. Os menores índices de mulheres eleitas estão na Região Sul, onde cinco deputadas federais conquistaram mandatos, perfazendo 6,5%, e no Centro Oeste, com 8,8% (Tabela 6).

Tabela 6
Deputados federais eleitos, por sexo, segundo regiões
Brasil – 2010

Regiões	Mulheres		Homens		Total	
	N. abs.	%	N. abs.	%	N. abs.	%
Norte	10	15,4	55	84,6	65	100,0
Nordeste	11	7,3	140	92,7	151	100,0
Centro-Oeste	4	9,8	37	90,2	41	100,0
Sudeste	15	8,4	164	91,6	179	100,0
Sul	5	6,5	72	93,5	77	100,0
Total	**45**	**8,8**	**468**	**91,2**	**513**	**100,0**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

Partidos e coligações

A tendência de os partidos considerados de esquerda recrutarem mais mulheres se confirma tanto para os cargos majoritários quanto para os proporcionais, uma vez que PCO, PC do B, PMN, PSTU e PTB foram os que apresentaram, proporcionalmente, mais candidaturas femininas (Tabela 7).

Cruzando as informações sobre posição ideológica e região (Tabela 8), nota-se que no Norte, Centro-Oeste e, especialmente, Sul existem mais mulheres filiadas aos partidos de esquerda. Diversamente, no Nordeste e, principalmente, Sudeste a maioria delas está vinculada a partidos de direita. Os partidos de centro possuem maior expressão entre as mulheres nas Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste do que no Sudeste e Sul.

Tabela 7
Candidaturas para a Câmara dos Deputados, por sexo, segundo partidos políticos
Brasil – 2010

Partidos políticos	Mulheres		Homens		Total	
	N. abs.	%	N. abs.	%	N. abs.	%
DEM	28	12,6	194	87,4	222	100,0
PC do B	41	29,5	98	70,5	139	100,0
PCB	2	6,7	28	93,3	30	100,0
PCO	4	44,4	5	55,6	9	100,0
PDT	63	19,7	257	80,3	320	100,0
PHS	36	17,9	165	82,1	201	100,0
PMDB	95	22,1	335	77,9	430	100,0
PMN	66	25,2	196	74,8	262	100,0
PP	41	17,2	198	82,8	239	100,0
PPS	37	21,8	133	78,2	170	100,0
PR	43	22,6	147	77,4	190	100,0
PRB	38	22,6	130	77,4	168	100,0
PRP	35	25,2	104	74,8	139	100,0
PRTB	23	15,3	127	84,7	150	100,0
PSB	90	26,6	248	73,4	338	100,0
PSC	47	18,9	202	81,1	249	100,0
PSDB	83	25,2	246	74,8	329	100,0
PSDC	22	22,9	74	77,1	96	100,0
PSL	47	24,5	145	75,5	192	100,0
PSOL	71	21,2	264	78,8	335	100,0
PSTU	11	30,6	25	69,4	36	100,0
PT	87	23,3	286	76,7	373	100,0
PT do B	40	23,3	132	76,7	172	100,0
PTB	83	24,1	262	75,9	345	100,0
PTC	58	20,1	230	79,9	288	100,0
PTN	34	23,9	108	76,1	142	100,0
PV	110	24,4	341	75,6	451	100,0
Total	**1.335**	**22,2**	**4.680**	**77,8**	**6.015**	**100,0**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

Tabela 8
Distribuição dos candidatos aptos para a Câmara dos Deputados, por região e sexo, segundo posição ideológica dos partidos de filiação. Brasil – 2010

Em porcentagem

Posição ideológica	Norte		Nordeste		Centro-Oeste		Sudeste		Sul	
	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens	Mulheres	Homens
Direita	38,7	46,9	42,4	46,9	38,9	43,9	48,1	46,0	29,6	47,7
Centro	18,9	13,6	17,2	12,5	18,1	8,9	8,1	13,8	11,2	10,8
Esquerda	42,5	39,5	40,4	40,6	43,1	47,1	43,8	40,1	59,2	41,5
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

Dos 27 partidos que disputaram as eleições em 2010, 22 conseguiram representação na Câmara Federal. Destes, oito não elegeram nenhuma mulher. O partido com a maior proporção de mulheres é o PCdoB, com seis deputadas dos 15 eleitos. Em termos absolutos, o PT foi o que elegeu mais mulheres, contudo, as nove deputadas, no total dos 80 deputados eleitos, perfazem apenas 10% da bancada petista.

Apesar da pequena diferença entre o número de deputados eleitos pelos partidos de direita e de esquerda, com uma vantagem de 18 deputados para estes últimos, a defasagem entre o número de mulheres eleitas por ambos é notável. Mais da metade das deputadas da 54ª legislatura é filiada aos partidos de esquerda (Tabela 9). Ou seja, tanto o recrutamento quanto o sucesso eleitoral de mulheres é maior nestes partidos.

Tabela 9
Deputados federais eleitos, por sexo, segundo posição ideológica dos partidos de filiação Brasil – 2010

Posição ideológica	Mulheres		Homens		Total	
	N. abs.	%	N. abs.	%	N. abs.	%
Esquerda	23	51,1	177	37,8	200	39,0
Centro	10	22,2	121	25,9	131	25,5
Direita	12	26,7	170	36,3	182	35,5
Total	**45**	**100,0**	**468**	**100,0**	**513**	**100,0**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

Grau de instrução

Segundo a hipótese da hiperqualificação feminina – nível médio de escolaridade superior ao dos homens em posição análoga –, as mulheres, ao se lançarem em disputas por posições de poder e prestígio, compensariam interditos conjunturais e estruturais por meio de uma qualificação superior à dos seus pares masculinos. Por exemplo, o fato de não possuírem tradição política ou de ocuparem uma parcela ínfima dos cargos de direção nos próprios partidos, sindicatos e empresas. Muitos estudos atestaram essa tese e observa-se que, no atual cenário político, poucas são as mulheres com envergadura eleitoral que não possuem nível superior (MIGUEL; QUEIROZ, 2006).

Os números da eleição de 2010 contrariam essa hipótese, principalmente em relação às candidatas. Como demonstra a Tabela 10, proporcionalmente, há mais candidatos aptos com nível superior completo. Uma explicação pode residir na obrigatoriedade das cotas, que compeliu os partidos a apresentarem maior número de candidatas, dispersando o perfil das candidatas quanto ao grau de instrução.

Tabela 10
Candidatos aptos para a Câmara dos Deputados, por sexo, segundo grau de instrução
Brasil – 2010

Grau de instrução	Mulheres		Homens		Total
	N. abs.	%	N. abs	%	
Analfabeto	1	0,1	0	0	1
Lê e escreve	4	0,4	26	0,7	30
Ensino fundamental incompleto	24	2,6	109	2,7	133
Ensino fundamental completo	54	5,8	295	7,4	349
Ensino médio incompleto	35	3,7	128	3,2	163
Ensino médio completo	252	26,9	871	21,9	1.123
Superior incompleto	133	14,2	432	10,8	565
Superior completo	435	46,4	2.121	53,3	2.556
Total	**938**	**100,0**	**3.982**	**100,0**	**4.920**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

O mesmo se dá com o grau de instrução dos deputados eleitos, existindo mais homens com nível superior completo, porém, verifica-se uma grande similitude de perfis, embora o número de mulheres seja absolutamente muito menor (Tabela 11). Ainda, agrupando as categorias "nível médio completo", "superior incompleto" e "superior completo", constata-se uma pequena diferença a mais de mulheres neste grupo: 87,5% delas; e 86% de homens.

Tabela 11
Deputados federais eleitos, por sexo, segundo grau de instrução
Brasil – 2010

Grau de instrução	Mulheres		Homens		Total
	N. abs.	%	N. abs.	%	
Analfabeto	0	0	0	0	0
Lê e escreve	0	0	1	0,2	1
Ensino fundamental incompleto	0	0	2	0,4	2
Ensino fundamental completo	2	4,4	16	3,4	18
Ensino médio incompleto	0	0	3	0,6	3
Ensino médio completo	3	6,7	42	9	45
Superior incompleto	6	13,3	38	8,1	44
Superior completo	34	75,6	366	78,2	400
Total	**45**	**100,0**	**468**	**100,0**	**513**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

Faixa etária

O perfil das/os candidatas/os, em termos geracionais, é predominantemente de meia-idade, sendo que a maior parte encontra-se na faixa etária de 45 a 59 anos. Destaca-se também o percentual significativamente maior de candidatas jovens, entre 21 e 34 anos, uma diferença de quase 10 pontos em relação aos homens: enquanto elas totalizavam 17,6% dessa faixa, seus pares masculinos correspondiam a 10,2% (Tabela 12).

Tabela 12
Candidatos aptos para a Câmara dos Deputados, por sexo, segundo faixa etária
Brasil – 2010

Faixa etária	Mulheres		Homens		Total
	N. abs.	%	N. abs.	%	
18 a 20 anos	0	0	1	0	1
21 a 24 anos	28	3	32	0,8	60
25 a 34 anos	137	14,6	373	9,4	510
35 a 44 anos	212	22,6	1.040	26,1	1.252
45 a 59 anos	447	47,7	1.899	47,7	2.346
60 a 69 anos	100	10,7	508	12,8	608
70 a 79 anos	13	1,4	115	2,9	128
Mais de 79 anos	1	0,1	14	0,4	15
Total	**938**	**100,0**	**3.982**	**100,0**	**4.920**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

Mesmo havendo um percentual significativamente maior de candidatas jovens, apenas duas mulheres na faixa etária de 25 a 34 anos conseguiram se eleger, enquanto 39 homens nas faixas de 21 a 24 e 25 a 34 anos obtiveram êxito eleitoral (Tabela 13). As mulheres demoram mais para construir uma carreira política e fenômenos como Bruna Furlan e Manuela D'Avila são incomuns.

Tabela 13
Deputados federais eleitos, por sexo, segundo faixa etária
Brasil – 2010

Faixa etária	Mulheres		Homens		Total
	N. abs.	%	N. abs.	%	
18 a 20 anos	0	0	0	0	0
21 a 24 anos	0	0	5	1,1	5
25 a 34 anos	2	4,4	34	7,3	36
35 a 44 anos	11	24,4	75	16	86
45 a 59 anos	22	48,9	250	53,4	272
60 a 69 anos	8	17,8	81	17,3	89
70 a 79 anos	2	4,4	19	4,1	21
Mais de 79 anos	0	0	4	0,9	4
Total	**45**	**100,0**	**468**	**100,0**	**513**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

Estado civil

O estado civil dos candidatos revela outro significativo dado em relação às mulheres que participam da disputa política eleitoral. Enquanto 64,5% dos candidatos são casados, a maioria das candidatas (58,3%) é formada por solteiras, separadas, divorciadas ou viúvas (Tabela 14). A ocupação de cargos eletivos e a própria competição eleitoral implicam uma terceira jornada de trabalho, resultante da divisão sexual do trabalho, não havendo, via de regra, apoio do companheiro.

A maioria das deputadas eleitas (53,3%) também é composta por mulheres solteiras, separadas ou divorciadas. Já o percentual de casados cresce em mais de dez pontos entre os homens eleitos, passando para 77,1% (Tabela 15). Segundo Venturi e Recamán (2005), o intenso movimento em direção ao mercado de trabalho das mulheres, que se constituíram em provedoras das famílias, não encontrou como contrapartida a equivalência masculina na divisão do trabalho doméstico nem a mudança de estigmas que reforçam a ideia de inferioridade feminina no espaço público.

Tabela 14
Candidatos aptos para a Câmara dos Deputados, por sexo, segundo estado civil
Brasil – 2010

Estado civil	Mulheres		Homens		Total
	N. abs.	%	N. abs.	%	
Solteiro/a	348	37,1	820	20,6	1.168
Separado/a judicialmente	28	3	151	3,8	179
Divorciado/a	123	13,1	393	9,9	516
Casado/a	391	41,7	2.569	64,5	2.960
Viúvo/a	48	5,1	49	1,2	97
Total	**938**	**100,0**	**3.982**	**100,0**	**4.920**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

Para Araújo e Scalon (2005), a centralidade e as demandas dos filhos são aspectos que pesam, uma vez que o cuidado das crianças é atribuído às mulheres. As autoras apontam, nesse sentido, que há mais parlamentares homens casados do que mulheres, sendo que estas compõem o grupo de legisladores que apresentam índice mais elevado de estado civil divorciado ou solteiro, o que indica que o cuidado com a família dificulta ou impede seu maior envolvimento na política e, sobretudo, sua entrada na disputa eleitoral, principalmente para cargos legislativos federais.

Tabela 15
Deputados federais eleitos, por sexo, segundo estado civil
Brasil – 2010

Estado civil	Mulheres		Homens		Total
	N. abs.	%	N. abs.	%	
Solteiro/a	11	24,4	49	10,5	60
Separado/a judicialmente	2	4,4	10	2,1	12
Divorciado/a	11	24,4	44	9,4	55
Casado/a	21	46,7	361	77,1	382
Viúvo/a	0	0	4	0,9	4
Total	**45**	**100,0**	**468**	**100,0**	**513**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

Ocupação

Num rol de 169 ocupações, a maioria das mulheres declarou-se dona de casa, como demonstra a Tabela 16. Este dado, quando comparado àquele referente às eleições de 2006, aponta mais uma vez o fenômeno das “laranjas”. Apenas 2,6% das candidatas, nas eleições de 2006, se declararam “donas de casa”, ocupação que se situava na 13ª colocação. Devido à obrigatoriedade das cotas, os partidos desvirtuaram os padrões de ingresso, recrutando esposas de candidatos, funcionárias dos partidos e parentes, numa tentativa esvaziada de suprir a demanda de mulheres sem a contrapartida de qualquer apoio, como foi noticiado amiúde pela imprensa. Não que o fenômeno de candidatos “laranjas” seja exclusividade das mulheres, pois os partidos utilizam essa prática habitualmente, mas, no pleito de 2010, com a inovação jurídica trazida pela minirreforma eleitoral, ficou patente o emprego da prática.

Tabela 16
Candidatas aptas para a Câmara dos Deputados, segundo principais ocupações declaradas
Brasil – 2010

Ocupações	N. abs.	%
Dona de casa	62	6,6
Empresária	55	5,9
Advogada	41	4,4
Estudante, bolsista, estagiária e assemelhados	41	4,4
Professora de ensino fundamental	37	3,9
Professora de ensino médio	37	3,9
Aposentada (exceto servidora pública)	31	3,3
Servidora pública estadual	31	3,3
Deputada	27	2,9
Vereadora	23	2,4
Outras	553	59,0
Total	**938**	**100,0**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

Entre as ocupações declaradas pelos candidatos aptos, destaca-se o grande número daqueles que já estavam inseridos na política institucional. Deputados e vereadores, juntos, perfaziam 12,5% das ocupações declaradas, ou seja, a maior parte dos candidatos é de políticos profissionais, já adequados ao exercício do poder (Tabela 17).

Tabela 17
Candidatos aptos para a Câmara dos Deputados, segundo principais ocupações declaradas
Brasil – 2010

Ocupações	N. abs.	%
Empresário	417	10,4
Deputado	347	8,7
Advogado	299	7,5
Comerciante	180	4,5
Vereador	151	3,8
Médico	144	3,6
Servidor público estadual	142	3,6
Servidor público federal	112	2,8
Administrador	110	2,8
Policial militar	97	2,4
Outras	1.983	49,8
Total	**3.982**	**100,0**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral

Como mostram os dados das Tabelas 18 e 19, a estratégia da reeleição é a mais bem-sucedida tanto para homens quanto para mulheres. A maior parte das eleitas já ocupou o cargo anteriormente. A taxa de sucesso para as mulheres, relação entre o número de deputadas que se lançaram candidatas e aquelas que foram eleitas, foi de 74,1%. Para os homens, 71,5% conseguiram se reeleger.

Tabela 18
Deputadas federais eleitas, segundo ocupações declaradas
Brasil – 2010

Ocupações	**N. abs.**	**%**
Deputada	20	44,4
Empresária	5	11,1
Outras	4	8,9
Vereadora	3	6,7
Assistente social	2	4,4
Médica	2	4,4
Administradora	1	2,2
Bancária e economiária	1	2,2
Cantora e compositora	1	2,2
Engenheira	1	2,2
Estudante, bolsista, estagiária e assemelhados	1	2,2
Professora de ensino fundamental	1	2,2
Professora de ensino superior	1	2,2
Psicóloga	1	2,2
Servidora pública federal	1	2,2
Total	**45**	**100,0**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral

As mulheres têm como barreira o fato de muitos homens com carreiras políticas consolidadas conseguirem facilmente se reeleger. Aliada a isso, a possibilidade de reeleição é um fator de conservação da composição de gênero/geração e um obstáculo à renovação, prejudicando as mulheres que buscam ingressar na arena política institucional.

Tabela 19
Deputados federais eleitos, segundo ocupações declaradas
Brasil – 2010

Ocupações	N. abs.	%
Deputado	248	53
Empresário	30	6,4
Advogado	24	5,1
Médico	22	4,7
Engenheiro	15	3,2
Administrador	11	2,4
Professor de ensino superior	10	2,1
Vereador	9	1,9
Comerciante	8	1,7
Economista	7	1,5
Servidor público federal	5	1,1
Estudante, bolsista, estagiário e assemelhados	4	0,9
Jornalista e redator	4	0,9
Professor de ensino médio	4	0,9
Agricultor	3	0,6
Contador	3	0,6
Senador	3	0,6
Servidor público estadual	3	0,6
Aposentado (exceto servidor público)	2	0,4
Bancário e economiário	2	0,4
Pecuarista	2	0,4
Sacerdote ou membro de ordem ou seita religiosa	2	0,4
Técnico em agronomia e agrimensura	2	0,4
Outras	45	9,6
Total	**468**	**100,0**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

Embora o saldo eleitoral tenha ficado muito aquém do desejado, alguns dados indicam que a sociedade brasileira tem evoluído a passos mais largos do que suas instituições. Mesmo sendo apenas 8,8% das eleitas para a Câmara Federal, três mulheres estão na lista dos dez candidatos mais votados. Entre as 45 deputadas eleitas, seis foram campeãs de votos em seus respectivos Estados (Tabela 20). As cinco deputadas federais mais votadas foram Manuela D'Ávila (PCdoB/RS), Ana Arraes (PSB/PE), Bruna Furlan (PSDB/SP), Fátima Bezerra (PT/RN) e a veterana Luiza Erundina (PSB/SP), primeira prefeita de São Paulo, eleita em 1988, que conquista agora seu quarto mandato seguido na Câmara dos Deputados. Além disso, sete deputadas integram o seleto grupo de 35 parlamentares em todo o Brasil que foram eleitos ou reeleitos exclusivamente com suas votações nominais, isto é, sem depender dos votos dados à legenda nem das sobras de outros candidatos de seu partido ou coligação.

Tabela 20
Votação nominal e classificação das deputadas federais eleitas
Brasil – 2010

UF	Nome	Votação nominal	Posição	Vagas
GO	Dona Iris	185.934	1ª	17
PE	Ana Arraes	387.581	1ª	25
RN	Fatima	220.355	1ª	8
RO	Marinha Raupp	100.589	1ª	8
RR	Teresa Jucá	29.804	1ª	8
RS	Manuela D'Avila	482.590	1ª	31
AL	Celia Rocha	124.504	2ª	9
AM	Rebecca Garcia	146.665	2ª	8
AP	Professora Dalva	20.203	2ª	8
ES	Sueli Vidigal	141.578	2ª	10
PA	Elcione	209.635	2ª	17
AC	Perpétua Almeida	33.235	3ª	8
AP	Prof. Marcivania	19.061	3ª	8
DF	Jaqueline Roriz	100.051	3ª	8
SP	Bruna Furlan	270.661	3ª	70
GO	Flávia Morais	152.553	4ª	17
AP	Fatima Pelaes	14.193	5ª	8
ES	Rose de Freitas	96.454	5ª	10
PR	Cida Borghetti	147.910	5ª	30
AL	Rosinha da Adefal	90.021	6ª	9
DF	Erika Kokay	72.651	6ª	8
RS	Maria do Rosário	143.128	6ª	31
RJ	Jandira Feghali	146.260	7ª	46
RN	Sandra Rosado	92.746	7ª	8
AC	Antonia Lucia	15.849	8ª	8
ES	Iriny Lopes	74.534	8ª	10
MA	Nice Lobão	95.129	8ª	18
PI	Iracema Portela	91.352	8ª	10
TO	Professora Dorinha	38.233	8ª	8
ES	Lauriete	69.818	9ª	10
SP	Luiza Erundina	214.114	10ª	70
SP	Ota	213.024	11ª	70
PB	Nilda Gondim	79.412	12ª	12
CE	Gorete Pereira	98.209	14ª	22
PE	Luciana Santos	105.253	14ª	25
BA	Alice Portugal	101.588	16ª	39
SC	Luci	65.545	16ª	16
RJ	Andreia Zito	82.832	22ª	46
SP	Mara Gabrilli	160.138	27ª	70
MG	Jô Moraes	105.977	29ª	53
PR	Rosane Ferreira	47.674	29ª	30
RJ	Benedita	71.036	30ª	46
SP	Janete Pietá	144.529	30ª	70
RJ	Liliam Sa	29.248	43ª	46
SP	Aline Correa	78.317	63ª	70

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

Assembleias Legislativas e Câmara Legislativa do Distrito Federal

A participação feminina na competição para as Assembleias Legislativas e a Câmara Legislativa do DF não difere substancialmente daquela observada para a Câmara dos Deputados. Os registros de candidaturas femininas corresponderam a 22,9% do total, sendo que apenas 20,9% foram consideradas aptas para o pleito (Tabela 21).

Tabela 21
Candidaturas para Assembleias/Câmara Legislativas, segundo sexo
Brasil – 2010

Sexo	N. abs.	%
Homens	11.768	77,1
Mulheres	3.498	22,9
Total	**15.266**	**100,0**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

O índice de impugnações de candidatas foi extremamente alto (33,1%), levando em consideração a proporção de mulheres que estavam concorrendo (Tabela 22). Foram impugnadas 23,9% das candidaturas femininas registradas, enquanto apenas 14,3% dos candidatos tiveram seu registro considerado inapto.

Tabela 22
Candidatos inaptos para Assembleias/Câmara Legislativas, segundo sexo
Brasil – 2010

Sexo	N. abs.	%
Homens	1.688	66,9
Mulheres	837	33,1
Total	**2.525**	**100,0**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

Para o cargo de deputado estadual/distrital, o aumento de candidaturas femininas em relação a 2006 foi de 59,2%. No entanto, foram eleitas apenas 10,5% a mais de mulheres: 126 em 2006; e 137 em 2011.

Verificou-se, ainda, a concentração de candidaturas femininas nas Regiões Sul (27,1%), Norte (25%) e Centro-Oeste (24,2%), em contraste com as candidaturas para os cargos majoritários (Tabela 23). O pior desempenho para as mulheres, como também foi observado para as candidatas a deputada federal, ocorreu no Nordeste.

Tabela 23
Candidaturas para Assembleias/Câmara Legislativas, por sexo, segundo regiões
Brasil – 2010

Regiões	Mulheres		Homens		Total	
	N. abs.	%	N. abs.	%	N.abs.	%
Norte	709	25	2.122	75	2.831	100,0
Nordeste	684	20,4	2.667	79,6	3.351	100,0
Centro-Oeste	510	24,2	1.594	75,8	2.104	100,0
Sudeste	1.152	21,5	4.196	78,5	5.348	100,0
Sul	443	27,1	1.189	72,9	1.632	100,0
Total	**3.498**	**22,9**	**11.768**	**77,1**	**15.266**	**100,0**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral.

A Região Norte foi a que elegeu o maior percentual tanto de deputadas federais como de estaduais, correspondendo a, respectivamente, 15,4% e 15,7% do total de eleitos. Os menores índices de mulheres eleitas foram observados na Região Sul do país, onde cinco deputadas federais conquistaram mandatos (6,5% dos eleitos), no Centro Oeste, com 8,85% de mulheres nas Assembleias Legislativas e Câmara Distrital (Tabela 24).

Tabela 24
Deputados estaduais/distritais eleitos, por sexo, segundo regiões
Brasil – 2010

Regiões	Mulheres		Homens		Total	
	N. abs.	%	N. abs.	%	N.abs.	%
Norte	29	15,7	156	84,3	185	100,0
Nordeste	52	15,2	289	84,8	341	100,0
Sudeste	30	11,1	241	88,9	271	100,0
Sul	16	10,7	133	89,3	149	100,0
Centro-Oeste	10	8,8	103	91,2	113	100,0
Total	**137**	**12,9**	**922**	**87,1**	**1.059**	**100,0**

Fonte: Cfemea, a partir de dados do Tribunal Superior Eleitoral

Mais uma vez, os partidos com as maiores proporções de candidaturas femininas foram aqueles mais à esquerda do espectro político ideológico: PSTU com 41,2% (35) de mulheres no total de candidatos ao cargo de deputado estadual; PSB, com 27,4% (218); e PCB, com 27,1% (16). Em termos absolutos, os partidos que mais apresentaram candidatas foram: PT, com 231 mulheres (24,2% do total de candida-

tos); PV com 229 (24,6%); e PMDB com 223 (26,4%). Entre os eleitos, a maior proporção de mulheres foi encontrada no PSOL, com 57,1% (4) de mulheres entre os deputados estaduais/distritais que elegeu, no PHS, com 33,3% (3), e no PCdoB, com 31,6% (6). Em números absolutos, PT e PMDB foram os partidos que mais elegeram mulheres: 21 (15%) e 16 (11%), respectivamente.

O perfil da candidata a deputada estadual e distrital quanto à faixa etária é de meia idade. A maior parte dos candidatos possuía entre 45 e 59 anos: 47,5% dos homens; e 46,4% das mulheres. Observou-se, também, um percentual de candidatas jovens superior àquele encontrado na disputa ao cargo de deputado federal: 27% das mulheres e 12,4% dos homens estavam na faixa etária de 21 a 34 anos. Os eleitos, tanto homens quanto mulheres, estão igualmente na faixa de meia idade. Os homens mais jovens também são aqui mais bem-sucedidos: enquanto 8,8% dos homens entre 21 e 24 anos conseguiram se eleger, apenas 1,4% das mulheres dessa mesma faixa etária obtiveram êxito.

As candidatas possuem uma ligeira vantagem em relação à qualificação apresentada: 45,4% delas concluíram o nível superior, contra 44,9% dos homens. Agrupando as categorias de ensino médio completo e nível superior completo e incompleto, a diferença torna-se mais relevante, com 87,6% das mulheres incluídas nestas categorias, ao passo que os homens são 83,8%. Já entre os eleitos, considerando-se os mais altos graus de instrução, as mulheres permanecem com uma pequena vantagem em relação aos seus pares masculinos (95,6% e 94,1%, respectivamente), porém, das 137 deputadas eleitas, 61,3% cursaram nível superior, enquanto dos 922 deputados, 68,5% o possuem.

Quanto ao estado civil, percebe-se uma grande vinculação entre a união conjugal e o êxito eleitoral. A proporção de casados aumenta sobremaneira entre candidatos e eleitos, tanto para homens quanto para as mulheres. As mulheres casadas passam de 41,6% como candidatas para 56,2% como deputadas, já os homens passam de 63,5% para 76,6%.

As candidatas se declararam, principalmente, donas de casa (5,6%), professoras do ensino médio (5%), empresárias (4,7%) e estudantes (3,4%). Os homens eram, em sua maioria, empresários (9,1%), advogados (5,8%) e comerciantes (5,8%). Mas, sem dúvida, são os deputados a auferirem a maior vantagem. Entre os/as eleitos/as, 30,7% das mulheres e 46,1% dos homens se declararam deputadas/os ou vereadoras/es.

Conclusão

Os partidos políticos são as instituições mais resistentes a abrir-se à participação política das mulheres. Existe uma correlação de forças, uma natural disputa por espaços de poder, uma vez que cada vaga que se abre a uma mulher implica a redução da participação masculina. Dessa forma, a inserção da mulher na política brasileira acontece não por meio da política formal, mas sim pela sua atuação em instituições da sociedade civil. Além disso, os estudos feitos nos últimos anos constataram que os eleitores estão mais dispostos a votar tanto em homens como em mulheres em igualdade de condições, enquanto os partidos e, sobretudo, as elites políticas mostram um conservadorismo exacerbado.

A estreia de duas mulheres com chances reais de chegarem à Presidência da República não foi suficiente para suscitar o debate acerca da sub-representação feminina nas instâncias decisórias. Na realidade, o debate foi pautado pela invisibilização de qualquer possível trajetória das mulheres a não ser no desempenho dos papéis de mães ou donas de casa. Embora cortejadas em alguns programas de governo, as desigualdades de gênero e também as raciais parecem ter sido completamente desconsideradas nos discursos dos principais candidatos.

Propostas como a da ex-presidenta do Chile, Michelle Bachelet, de compor um gabinete paritário, como já acontece em países como a França, a Espanha, a Finlândia e a Noruega, não foram sequer aventadas durante as campanhas. Tão somente após a vitória, a presidenta Dilma Rouseff demonstrou pretensões para tanto.

Grande parte do mundo continua a avançar no que tange aos direitos políticos das mulheres, ao passo que a tendência do Brasil indica uma queda ainda maior no *ranking* internacional. Em comparação com outros países da América Latina e do Caribe, o Brasil apresenta uma das menores taxas de representação parlamentar feminina, perdendo somente para Belize, Haiti e Colômbia. Na Argentina, Costa Rica, Peru, Equador e Bolívia já se alcançaram níveis de participação parlamentar em torno de 30%. A média regional de participação feminina nos principais órgãos legislativos nacionais é de 22,1%, enquanto no Brasil este índice é de míseros 12,3%.

Uma reforma do sistema político se faz premente. A análise do desempenho feminino nas últimas eleições evidencia que o aumento do número de candidatas não necessariamente se traduz no crescimento do número de eleitas. Um dos fatores que devem ser considerados é a existência de uma dificuldade maior no acesso das mulheres aos recursos

da competição eleitoral – “recursos materiais, presença na mídia, contatos eleitorais ou outras formas de capital político” (MIGUEL, 2008), fator crucial na conquista de cargos. O sistema eleitoral brasileiro está entre as causas da lenta evolução da participação feminina no Brasil.

Além da obrigatoriedade da lei de cotas, listas transparentes pré-ordenadas e com alternância de sexo, elaboradas de forma democrática e plural, e financiamento público exclusivo de campanhas, fundamental para combater a corrupção eleitoral e o abuso do poder econômico nos processos eleitorais, são essenciais para favorecer a participação política de segmentos socialmente excluídos, como mulheres, afro-descendentes e jovens.

A ampliação da igualdade política não é um problema que diz respeito apenas às mulheres – ou a qualquer outro grupo em posição subalterna. Trata-se de um desafio a ser enfrentado por qualquer sociedade que se queira democrática. O enfrentamento da questão exige medidas no âmbito dos processos eleitorais, como as cotas; exige mudanças culturais que garantam o reconhecimento desses grupos; exige a redistribuição dos recursos materiais que possibilitam a ação política, entre eles o tempo livre, e exige também transformações na dinâmica das próprias instituições representativas, impedindo-as de simplesmente reproduzir as hierarquias já estabelecidas (MIGUEL; FEITOSA, 2009).

Referências

ARAÚJO, C.; SCALON, C. Percepções e atitudes de mulheres e homens sobre a conciliação entre família e trabalho pago no Brasil. In: ARAÚJO, C.; SCALON, C. (Orgs.). **Gênero, família e trabalho no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

FERNANDES, L. Muito barulho por nada? O realinhamento político-ideológico nas eleições de 1994. **Dados**, v. 38, n. 1, p. 107-144, 1995.

INTER-PARLIAMENTARY UNION. **Women in national parliaments**. Word Classification. Disponível em: <http://www.ipu.org/wmn-e/classif.htm>. Acesso em: 30 jun. 2010.

MIGUEL, L. F. Political representation and gender in Brazil: the quotas for women and their impact. **Bulletin of Latin American Research**, v. 27, n. 2, p. 197-214. [on-line]

MIGUEL, L. F.; FEITOSA, F. O gênero do discurso parlamentar: mulheres e homens na tribuna da Câmara dos Deputados. **Dados**, v. 52, n.1, p. 201-221. [on-line]

MIGUEL, L. F.; QUEIROZ, C. M. de. Diferenças regionais e o êxito relativo de mulheres em eleições municipais no Brasil. **Rev. Estud. Fem.**, v. 14, n. 2, p. 363-385. [on-line]

PLATAFORMA PELA REFORMA DO SISTEMA POLÍTICO. **Proposta de iniciativa popular para reforma política.** Disponível em: <http://www.reformapolitica.org.br/noticias/da-plataforma/50-proposta-de-iniciativa-popular-para-reforma-politica.html>. Acesso em: 15 jul. 2011.

RODRIGUES, L. M. **Partidos, ideologia e composição social**. São Paulo: Edusp, 2002.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Estatísticas de candidaturas e resultados da eleição. Disponível em: <http://www.tse.gov.br/internet/eleicoes/estatistica2010/est_resultados.html>. Acesso em: 1º maio 2011.

________. Relatório das eleições 2010. Brasília: TSE, 2011. Disponível em: <http://www.tse.gov.br/hotSites/CatalogoPublicacoes/pdf/relatorio-eleicoes-2010.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2011.

VENTURI, G.; RECAMÁN, M. **As mulheres brasileiras no início do século 21**. 2005. Disponível em: <www.cfemea.org.br>. Acesso em: 23 abr. 2011.

Patrimônio, instrução e ocupação dos candidatos: uma análise das candidaturas de mulheres e homens nas eleições gerais de 2010 no Brasil

Bruno Wilhelm Speck*
Teresa Sacchet**

O processo de disputa política é fortemente influenciado por variáveis externas ao processo eleitoral. Questões de ordem socioeconômica, por exemplo, impactam as oportunidades de os candidatos se elegerem. Mulheres e homens entram na disputa política com certas especificidades sociais que precisam ser estudadas para compreender as desigualdades de disputa pelo voto, entre as quais podem ser destacadas as características demográficas, tais como idade, estado civil, nível de instrução, classe social, etc. A inserção das mulheres na estrutura socioeconômica e ocupacional é particularmente importante para identificar sua condição de entrada na política. Assim, são analisadas, aqui, questões relacionadas aos aspectos demográficos e às condições socioeconômicas das mulheres que disputaram as eleições de 2010 no Brasil, centrando-se na instrução, bens e ocupação, apresentados pelos candidatos antes do processo eleitoral.

Na literatura internacional a respeito do impacto do sexo sobre a representação política, uma das constatações é de que as mulheres são sub-representadas em todas as instâncias sequenciais de uma candidatura bem-sucedida. Há dois momentos que devem ser separados. O primeiro refere-se à passagem de cidadãos elegíveis para a condição de candidatos efetivos. Os trabalhos acadêmicos separam a perspectiva da oferta de candi-

* Doutor em Ciência Política pela Universidade de Freiburg na Alemanha, professor de ciência política na Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) e pesquisador do Centro de Estudos de Opinião Pública (Cesop) daquela universidade.
** Doutora em Ciência Política pela Universidade de Essex na Inglaterra, e pesquisadora do Núcleo de Pesquisa de Políticas Públicas da USP e do Centro de Estudos de Opinião Pública da UNICAMP.

datos, os quais devem demonstrar certa ambição para concorrer a um cargo (Figura 1 – A), da perspectiva da demanda por candidatos pelos partidos (Figura 1 – B), que representam um filtro institucional importante e, em muitos países, têm o monopólio no processo de seleção política (KROOK, 2010).

A discussão a respeito do impacto de características demográficas ou socioeconômicas sobre o processo de seleção de candidatos, especificamente sob a perspectiva de gênero, tem uma longa tradição na pesquisa acadêmica. Algumas análises constatam que a distribuição desigual de recursos financeiros e de tempo dentro da família dificulta o engajamento político das mulheres (OKIN, 1989; PHILLIPS, 1991). Para além da limitação que advém da carência de recursos, as mulheres seriam também educadas para uma vida menos autônoma e distante da cultura da ambição necessária para entrar na disputa política. Alguns estudos analisam mais detalhadamente a transposição da desigualdade doméstica para o âmbito político, ressaltando a questão dos recursos financeiros (SCHLOZMAN; BURNS; VERBA, 1994; BURNS; SCHLOZMAN; VERBA, 1997) e incluindo outras dimensões de ativismo político fora e além da disputa eleitoral na análise (COFFÉ; BOLZENDAHL, 2010).

Figura 1
Processo eleitoral em dois momentos

1º momento

2º momento

→ Definição de candidaturas → Resultado da seleção de candidatos → Eleição de candidatos → Resultado do processo eleitoral

(A)
Perspectiva do candidato
Oferta de candidatos (e fatores que influenciam a decisão de concorrer)

(C)
Perspectiva do candidato e partido
Oferta de informações (e fatores que influenciam a dinâmica de campanhas eleitorais)

Perfil dos candidatos

Perfil dos eleitos

(B)
Perspectiva do partido
Demanda de candidatos (e critérios que influenciam a seleção)

(D)
Perspectiva do eleitor
Voto informado do eleitor (e critérios de seleção de candidatos)

O segundo momento na disputa eleitoral inicia-se com a campanha política e se encerra com o fechamento das urnas. Uma vez mais, a perspectiva dos candidatos e dos partidos que fazem um investimento nas campanhas eleitorais (Figura 1 – C) deve ser separada da perspectiva do eleitor que se manifesta por meio do voto (Figura 1 – D).

A análise do caso dos Estados Unidos (sobre o qual até pouco tempo atrás grande parte das pesquisas empíricas quantitativas repousou) a respeito da dinâmica da campanha eleitoral (Figura 1 – C) revelou que as mulheres têm dificuldade de acesso a doações de campanha (SCHLOZMAN; UHLANER, 1984), mas, ao mesmo tempo, outras características, como a reeleição, por exemplo, são fatores mais importantes do que o sexo dos candidatos (BURREL, 1985; WILHITE, 1988). A literatura sobre arrecadação de recursos de campanha no caso dos Estados Unidos é extensa (FOX, 1997; KAISLER, 2003; BAKER, 2006; CRESPIN; DEITZ, 2010), mas, recentemente, alguns pesquisadores sugeriram que a dificuldade antecipada pelas mulheres em arrecadarem recursos tem impacto negativo sobre a sua disposição de tentar a nomeação de candidatura (JENKINS, 2007). O fator financiamento de campanhas (Figura 1 – C) por uma reação antecipada das mulheres influenciaria negativamente a autosseleção de candidatas (Figura 1 – A).

A respeito do comportamento eleitoral, a literatura sobre o caso norte-americano não constatou discriminação dos eleitores contra mulheres (KROOK, 2010). Outros textos neste livro tratarão da questão do desempenho dos candidatos e candidatas durante a campanha eleitoral, incluindo a questão dos recursos financeiros e do apoio dos partidos políticos e da possível influência da variável sexo dos candidatos junto ao eleitorado.

Este estudo analisa o perfil dos candidatos que concorreram nas eleições brasileiras em 2010. Trabalhou-se com dados de um momento intermediário da campanha eleitoral, ou seja, o período posterior à nomeação dos candidatos, já tendo passado pelos filtros da autosseleção e da escolha pelas convenções partidárias, mas precisando ainda enfrentar a campanha e as urnas.

Para a caracterização do lugar dos candidatos na estratificação socioeconômica da sociedade, os itens bens, instrução e ocupação são fundamentais, pois representam fatores centrais que geram desigualdade na disputa eleitoral. Em uma sociedade caracterizada pela desigualdade, a distribuição de bens entre os candidatos tem impacto sobre a disputa eleitoral, uma vez que representa não apenas a capa-

cidade do candidato para mobilizar recursos próprios na campanha eleitoral, mas também um indicador da sua inserção socioeconômica na sociedade. É plausível supor que candidatos com alto poder material disponham de uma rede de relacionamentos sociais baseados no parentesco, amizade ou de outro tipo, com indivíduos com as mesmas características. A identificação da posição do candidato na pirâmide socioeconômica é um dos fatores cuja influência sobre a disputa eleitoral precisa ser estudada.

Os outros dois elementos, educação e ocupação, estão igualmente vinculados ao posicionamento do candidato na sociedade estratificada. A instrução, enquanto fator que influencia decisivamente a carreira dos indivíduos dentro da sociedade, abre ou fecha portas para a ascensão social individual, sendo também decisiva para a carreira política. Entre os três elementos, a ocupação é o que, de certa forma, cristaliza a posição socioeconômica do candidato no momento da candidatura.

Estes três conjuntos de informações sobre o capital financeiro (bens), cultural (instrução) e político (ocupação) permitem uma caracterização dos candidatos que se registram para as eleições, abrindo a possibilidade de comparações entre diferentes subgrupos de candidatos (e entre estes, a comparação entre homens e mulheres) e a análise do impacto destas características sobre a dinâmica e o êxito das campanhas eleitorais.

Supomos que estas características podem tanto ter influenciado a decisão dos próprios candidatos a concorrerem a uma vaga na lista do partido como ter contribuído para que eles sejam selecionados pelos partidos. É provável que os candidatos que se destacam dos seus concorrentes por meio do capital financeiro (bens), cultural (instrução) e político (ocupação) também apresentem melhor desempenho na disputa eleitoral. Estudos nacionais comprovaram a relação entre capital social (SACCHET, 2009), capital político (ARAÚJO; ALVES, 2007) e sucesso nas urnas. Porém, estas questões de inferência estatística entre bens, ocupação e instrução não serão abordadas na presente análise.

O que estes dados não permitem é a comparação entre o perfil dos candidatos e as características socioeconômicas da sociedade brasileira da qual emanam. Não se dispõe de informação sobre a estrutura de propriedade da população brasileira comparável à informação fornecida pelos candidatos. Da mesma forma, não estão disponíveis registros das ocupações exercidas pelos brasileiros com os mesmos detalhes daqueles referentes aos candidatos. Somente para a variável instrução seria possí-

vel contrastar o perfil dos candidatos com as características da população brasileira. Em função disso, o enfoque deste trabalho é a comparação dos candidatos entre si à luz dos indicadores listados anteriormente e a avaliação do seu impacto sobre a dinâmica e o sucesso das campanhas eleitorais. Assim, é apresentado um perfil dos candidatos que disputaram as eleições em 2010, tendo como eixo central a comparação dos dois sexos nos diferentes Estados e partidos políticos, mostrando as diferenças entre eles nas três dimensões: capital financeiro, cultural e político.

A base de dados para esta análise provém do registro de candidaturas junto à justiça eleitoral, após a homologação das candidaturas nas respectivas convenções partidárias. Este registro ocorre em julho do ano eleitoral, três meses antes da data das eleições. As informações fornecidas à justiça eleitoral são de inteira responsabilidade dos candidatos e referem-se a sexo, idade, estado civil, instrução, ocupação e bens no momento da candidatura.

O perfil dos candidatos: patrimônio, instrução e ocupação

Patrimônio dos candidatos

A declaração de bens revela um quadro de grande desigualdade entre os candidatos, como pode ser observado nos Gráficos 1 a 4. A maior parte dos candidatos não informou sobre os bens que possui ou informou que não possui bens.[1] Este grupo inclui mais de 1/3 (36,7%) dos candidatos (Gráfico 1).

Agrupando-se os candidatos por faixas de valores dos bens, verifica-se que 20,1% declararam ter entre R$ 10.000 e R$ 100.000 e outros 32,2% afirmaram possuir de R$ 100.000 a R$ 1.000.000. Estes dois grupos representam mais da metade dos candidatos. Porém, há um número grande de milionários e multimilionários. Os 1.189 candidatos que possuem entre R$ 1.000.000 e R$ 10.000.000 representam 6,7% do total e o grupo dos multimilionários (acima de R$ 10.000.000), incluindo 80 candidatos, responde por 0,4% do total dos competidores.

[1] A base de dados fornecida pelo TSE não permite diferenciar estas duas situações. Há ainda uma possibilidade de que este número esteja superestimado, devido à incompatibilidade das bases de dados sobre a declaração de bens com as outras bases de dados do TSE referentes aos resultados eleitorais e às prestações de contas.

Visto pelo prisma do sexo (Gráfico 2), fica evidente que as mulheres estão sobrerrepresentadas no grupo dos candidatos sobre os quais não há informações ou que declararam não possuir bens (mais da metade das mulheres candidatas se enquadra nesta categoria), mas estão sub -representadas nas outras categorias. A diferença para a participação dos homens cresce à medida que os valores dos bens aumentam.

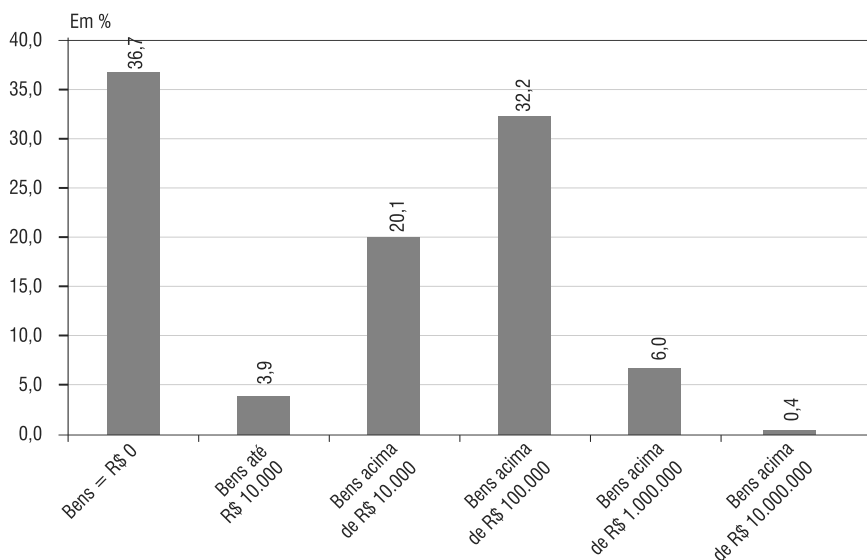
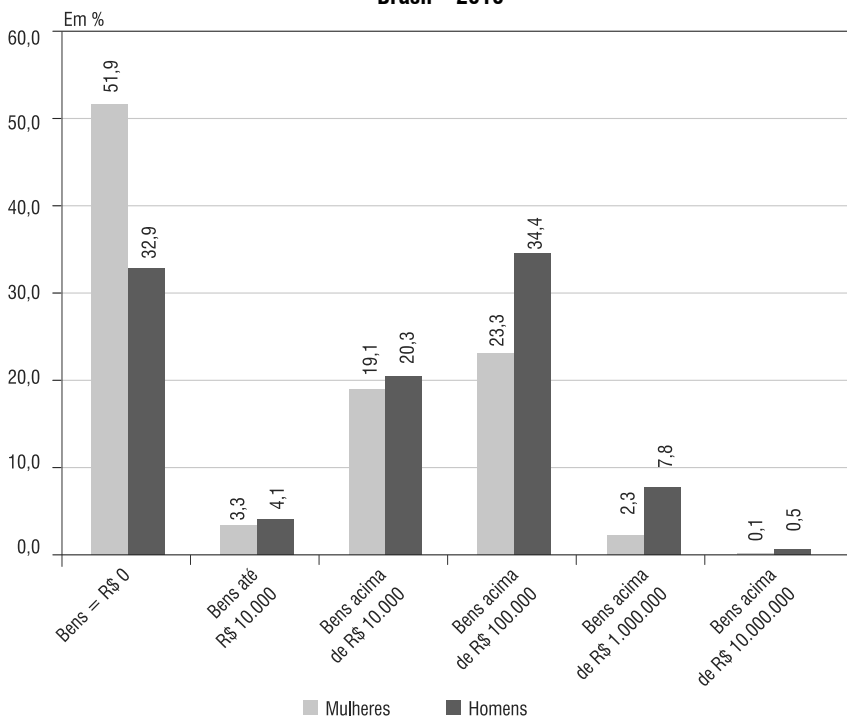
Gráfico 1
Distribuição dos candidatos, segundo classes de bens declarados
Brasil – 2010

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Gráfico 2
Distribuição dos candidatos, por sexo, segundo classe de bens declarados
Brasil – 2010

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Composição do patrimônio e sexo

Os dados fornecidos pelos candidatos sobre o tipo de patrimônio que possuem permitem uma análise mais específica sobre a composição dos seus bens. O Gráfico 3 mostra (na última coluna) que, no conjunto dos candidatos, os itens mais relevantes para a composição do patrimônio são os bens imóveis e as participações societárias, representando, respectivamente, 48,6% e 27,6% do total do patrimônio de todos os candidatos. As outras categorias têm importância menor no conjunto dos valores declarados.

No Gráfico 3, os candidatos foram divididos em cinco grupos, de acordo com o valor total do seu patrimônio. Verifica-se que há diferenças claras em relação à composição do patrimônio, dependendo da classe na qual o candidato se encontra. Entre os aqueles com recursos mo-

destos, prevalece o valor dos bens móveis (carro, etc.), representando 57,6% do conjunto dos seus bens. Nas classes intermediárias, os bens imóveis (casa, etc.) têm o maior peso, responsáveis por mais da metade do patrimônio. Somente para os candidatos milionários as participações societárias (ações, etc.) são responsáveis pelo maior volume do patrimônio (50,6%).

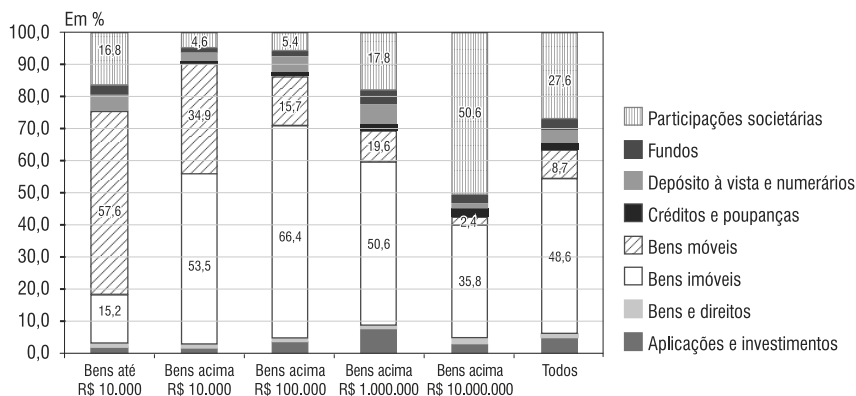
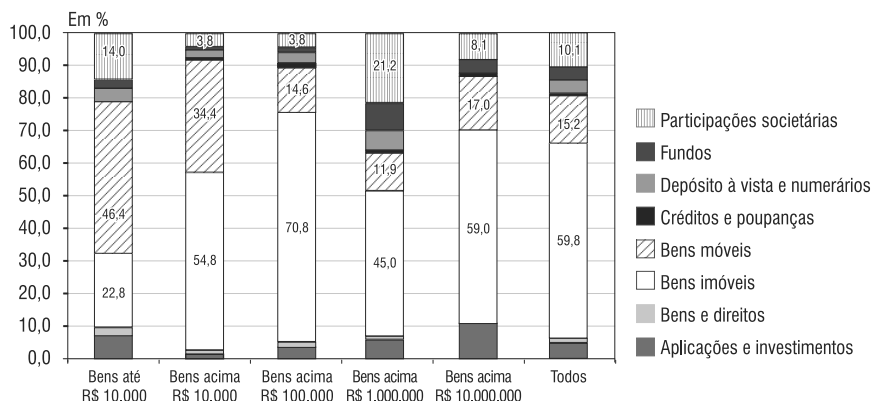
Gráfico 3
Distribuição dos candidatos, por composição do patrimônio, segundo classes de bens declarados. Brasil – 2010

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Gráfico 4
Distribuição das mulheres candidatas, por composição do patrimônio, segundo classes de bens declarados. Brasil – 2010

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Patrimônio, cargos e sexo

Analisando esta distribuição de recursos pela ótica dos diversos cargos, Estados ou partidos políticos, constatam-se diferenças interessantes quanto à presença de representantes destas classes de políticos.

Em relação aos candidatos a diferentes cargos eletivos, verifica-se que a distribuição dos políticos segundo seus bens não é uniforme (Tabela 1). A presença dos políticos menos abastados é maior em relação aos cargos comparativamente menos disputados. Um em cada quatro candidatos a deputado estadual (24,9%) possui bens até o valor de R$ 100.000. Por outro lado, apenas 5,6% dos candidatos a esse cargo declararam ter mais que R$ 1.000.000. Para deputado federal, este grupo até R$ 100.000 engloba 22,3% dos candidatos. Já no caso da disputa para senador e governador, a relação se inverte: 13,2% e 19,5% dos candidatos, respectivamente, estão na primeira categoria (até R$ 100.000), enquanto 28,4% daqueles que concorrem ao cargo de senador e 25,5% ao de governador encontram-se na classe dos milionários. A fortuna pessoal tem forte vinculação com o cargo disputado pelos candidatos.

Tabela 1
Distribuição dos candidatos, por classes de bens declarados, segundo cargos disputados
Brasil – 2010

Em porcentagem

Cargos disputados	Bens = R$ 0	Bens até R$ 10.000	Bens acima de R$ 10.000	Bens acima de R$ 100.000	Bens acima de R$ 1.000.000	Bens acima de R$ 10.000.000
Deputado estadual	38,0	4,1	20,8	31,5	5,4	0,2
Deputado federal	35,1	3,6	18,7	33,2	8,5	0,9
Senador	15,6	1,4	11,8	42,7	25,1	3,3
Governador	12,8	3,4	16,1	42,3	22,8	2,7
Presidente	0,0	0,0	22,2	33,3	44,4	0,0
Total	**36,7**	**3,9**	**20,1**	**32,2**	**6,7**	**0,4**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Patrimônio, Estados e sexo

A análise do patrimônio dos candidatos segundo os Estados da federação mostra igualmente um perfil diferenciado da riqueza dos políticos que disputam cargos nestas localidades.

As Tabela 2 a 4 apresentam um resumo das informações sobre a estratificação econômica dos candidatos em cada Estado. A participação dos milionários no conjunto dos candidatos traz alguns resultados esperados,

ou seja, esta situação retrata o perfil econômico de cada região. Enquanto os milionários representam 7,1% sobre a média dos candidatos no âmbito nacional (Tabela 1), alguns Estados mais prósperos do Sul (Paraná, Santa Catarina), Sudeste (São Paulo, Minas Gerais) e Centro-Oeste (Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul) têm mais milionários entre os candidatos. Porém, há surpresas também. Os milionários estão proporcionalmente mais presentes em Sergipe (7,5%), no Maranhão (9,0%), no Rio Grande do Norte (9,2%), na Bahia (9,5%) e em Tocantins, que apresenta a maior taxa de milionários (13,6%), quase o dobro da média nacional.

Tabela 2
Candidatos milionários, por sexo, segundo Estados
Brasil – 2010

Estados	Total de candidatos	Candidatos milionários	% sobre o total	Mulheres milionárias	% de mulheres
AC	370	11	3,0	3	27,3
AL	342	21	6,1	0	0,0
AM	416	18	4,3	2	11,1
AP	331	6	1,8	1	16,7
BA	846	80	9,5	4	5,0
BR(1)	9	4	44,4	1	25,0
CE	565	33	5,8	2	6,1
DF	904	63	7,0	9	14,3
ES	425	28	6,6	0	0,0
GO	668	64	9,6	4	6,3
MA	536	48	9,0	7	14,6
MG	1.477	154	10,4	6	3,9
MS	314	32	10,2	1	3,1
MT	305	38	12,5	4	10,5
PA	586	29	4,9	2	6,9
PB	340	19	5,6	2	10,5
PE	592	39	6,6	0	0,0
PI	286	19	6,6	2	10,5
PR	810	87	10,7	3	3,4
RJ	2.279	79	3,5	6	7,6
RN	229	21	9,2	1	4,8
RO	376	22	5,9	2	9,1
RR	464	20	4,3	2	10,0
RS	833	45	5,4	2	4,4
SC	468	37	7,9	2	5,4
SE	199	15	7,5	0	0,0
SP	2.584	202	7,8	16	7,9
TO	257	35	13,6	3	8,6
Total	**17.811**	**1.269**	**7,1**	**87**	**6,9**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

(1) Corresponde aos candidatos a presidente.

Comparando-se as Tabelas 3 e 4, que contêm o balanço sobre os candidatos e candidatas milionários concorrendo aos cargos de deputados estadual e federal, verifica-se, em primeiro lugar, que a sua presença é significativamente mais alta entre os últimos. Quase um em cada dez candidatos a deputado federal declarou um patrimônio superior a R$ 1 milhão. Em Tocantins, esta relação cresce para um em cada quatro candidatos.

Tabela 3
Candidatos a deputado estadual milionários, por sexo, segundo Estados
Brasil – 2010

Estados	Total de candidatos	Candidatos milionários	% sobre o total	Mulheres milionárias	% de mulheres	% de mulheres sobre total de candidatos	Diferença (%)
AC	327	7	2,1	1	14,3	21,1	-6,8
AL	263	10	3,8	0	0,0	19,0	-19,0
AM	351	12	3,4	1	8,3	27,9	-19,6
AP	249	3	1,2	1	33,3	26,9	6,4
BA	587	43	7,3	2	4,7	16,0	-11,4
CE	438	17	3,9	1	5,9	29,2	-23,3
DF	795	46	5,8	7	15,2	25,3	-10,1
ES	345	18	5,2	0	0,0	10,1	-10,1
GO	538	46	8,6	2	4,3	19,9	-15,5
MA	369	30	8,1	3	10,0	13,3	-3,3
MG	937	81	8,6	6	7,4	14,9	-7,5
MS	240	18	7,5	1	5,6	26,3	-20,7
MT	227	22	9,7	3	13,6	23,3	-9,7
PA	458	18	3,9	1	5,6	24,7	-19,1
PB	252	11	4,4	2	18,2	17,9	0,3
PE	401	20	5,0	0	0,0	14,7	-14,7
PI	183	11	6,0	1	9,1	25,1	-16,0
PR	527	47	8,9	2	4,3	24,1	-19,8
RJ	1.512	44	2,9	3	6,8	25,6	-18,8
RN	157	10	6,4	0	0,0	21,0	-21,0
RO	296	15	5,1	1	6,7	15,5	-8,9
RR	392	10	2,6	0	0,0	29,1	-29,1
RS	544	24	4,4	1	4,2	24,8	-20,6
SC	306	22	7,2	1	4,5	22,9	-18,3
SE	126	8	6,3	0	0,0	16,7	-16,7
SP	1.538	96	6,2	9	9,4	17,0	-7,6
TO	212	21	9,9	2	9,5	15,1	-5,6
Total	**12.570**	**710**	**5,6**	**51**	**7,2**	**21,0**	**-13,8**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Em relação à distribuição dos milionários entre os sexos, deve-se considerar que as mulheres representam 21,0% da totalidade dos candidatos a deputado estadual e 19,1% daqueles a deputado federal. As porcentagens na última coluna das Tabelas 3 e 4 deixam claro que, entre os milionários, a presença feminina é mais baixa (7% entre os candidatos a deputado estadual e 6% entre os concorrentes a deputado federal).

Tabela 4
Candidatos a deputado federal milionários, por sexo, segundo Estados
Brasil – 2010

Estados	Total de candidatos	Candidatos milionários	% sobre o total	Mulheres milionárias	% de mulheres	% de mulheres sobre total de candidatos	Diferença (%)
AC	36	3	8,3	2	66,7	22,2	44,4
AL	64	6	9,4	0	0,0	18,8	-18,8
AM	52	3	5,8	1	33,3	25,0	8,3
AP	72	2	2,8	0	0,0	27,8	-27,8
BA	243	32	13,2	2	6,3	11,9	-5,7
CE	113	13	11,5	1	7,7	21,2	-13,5
DF	94	11	11,7	1	9,1	21,3	-12,2
ES	72	9	12,5	0	0,0	16,7	-16,7
GO	117	13	11,1	1	7,7	8,5	-0,9
MA	151	14	9,3	3	21,4	12,6	8,8
MG	522	69	13,2	0	0,0	13,0	-13,0
MS	67	9	13,4	0	0,0	32,8	-32,8
MT	67	11	16,4	1	9,1	26,9	-17,8
PA	118	8	6,8	1	12,5	18,6	-6,1
PB	77	6	7,8	0	0,0	16,9	-16,9
PE	176	15	8,5	0	0,0	8,0	-8,0
PI	87	5	5,7	1	20,0	26,4	-6,4
PR	264	35	13,3	1	2,9	18,9	-16,1
RJ	750	33	4,4	3	9,1	24,3	-15,2
RN	60	7	11,7	0	0,0	16,7	-16,7
RO	70	5	7,1	1	20,0	22,9	-2,9
RR	62	7	11,3	1	14,3	24,2	-9,9
RS	271	17	6,3	0	0,0	23,2	-23,2
SC	146	12	8,2	0	0,0	25,3	-25,3
SE	54	4	7,4	0	0,0	13,0	-13,0
SP	1.027	97	9,4	6	6,2	18,8	-12,6
TO	40	11	27,5	1	9,1	25,0	-15,9
Total	**4.872**	**457**	**9,4**	**27**	**5,9**	**19,1**	**-13,2**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Patrimônio, partidos e sexo

Outra ótica interessante refere-se aos partidos políticos no Brasil e ao perfil econômico dos seus candidatos. A partir dos dados da Tabela 5, observa-se uma maior taxa de milionários na lista de candidatos do DEM, PMDB, PSDB, PR e PP. O PDT, PTB e PPS também estão acima da média nacional de 7,1%.

Na outra ponta, os únicos partidos que não têm milionários entre nos seus quadros de candidatos são PSTU, PCO e PCB. O PT possui 51 milionários entre os seus candidatos, representando 4,1% do total de candidatos do partido. No caso do PV, são 57, número que corresponde a 4,9% dos candidatos deste partido.

A participação das mulheres neste grupo seleto de candidatos com bens no valor acima de R$ 1 milhão é de apenas 6,9% da média nacional. A análise estatística por sexo em cada partido é limitada, devido ao baixo número de casos. Para fins de ilustração, destacamos as dez candidatas com maior patrimônio declarado. Cinco delas se candidataram ao cargo de deputada estadual, sendo que três se elegeram: Cleide Barroso Coutinho (PSB-MA), com patrimônio declarado de R$ 27 milhões; Luciane Azoia Barbosa Bezerra (PSB-MT), que declarou ter R$ 15,1 milhões e Eliana Maria Passos Pedrosa (DEM-DF), com R$ 7,1 milhões. Cláudia de Oliveira Fagotti (PR-MT) e Maria de Lourdes Nogueira Araújo (PTB-DF), apesar de possuírem patrimônios declarados no valor de R$ 10,5 milhões e R$ 9,7 milhões, respectivamente, não conseguirem se eleger como deputadas estaduais. Três das dez candidatas com maior patrimônio declarado concorreram à Câmara dos Deputados: Iris Rezende Araújo Machado, que se elegeu pelo PMDB de Goiás, com um patrimônio de R$ 14,1 milhões; Clair da Flora Martins (PV-PR); e Adelina Pereira da Silveira (PP-SP), que, com um patrimônio de, respectivamente, R$ 9,2 milhões e R$ 6,2 milhões, não conseguiram se eleger. As outras duas candidatas entre as dez mais ricas, Marta Suplicy (R$ 12 milhões) e Roseana Sarney (R$ 7,8 milhões), se elegeram ao Senado (PT-SP) e ao Governo do Maranhão (PMDB), respectivamente.

Do ponto de vista do sexo dos candidatos, dos cinco partidos mencionados anteriormente com maior presença de milionários, no PMDB as mulheres representam 12% deste grupo, uma proporção bem acima da média dos outros partidos (Tabela 6). Porém, é importante lembrar que, apesar deste resultado, as mulheres no PMDB estão em desvantagem em relação aos homens. Elas representam 24,2% entre

todos os candidatos a deputado estadual, mas somente 14,4% entre os milionários.

No caso dos candidatos a deputado federal, os partidos com presença maior de milionários também incluem PPS e PTB. Em todos estes partidos, a presença das mulheres entre os milionários é inferior à sua participação no total dos candidatos a deputado federal (Tabela 7). Mesmo no PMN e no PV, com as maiores taxas de milionárias, estas (23% e 17%, respectivamente) ficam abaixo da participação de mulheres entre o total de candidatos (24,9% e 19,9%). Isto significa que há proporcionalmente menos mulheres entre os candidatos milionários do que deveria ter se a distribuição de bens fosse igual entre os dois sexos nestes partidos.

Tabela 5
Candidatos milionários, por sexo, segundo partidos políticos
Brasil – 2010

Partidos	Total de candidatos	Candidatos milionários	% sobre o total	Mulheres milionárias	% de mulheres
DEM	702	126	17,9	4	3,2
PC do B	751	12	1,6	0	0,0
PCB	73	0	0,0	0	-
PCO	10	0	0,0	0	-
PDT	904	87	9,6	4	4,6
PHS	516	12	2,3	0	0,0
PMDB	1.078	193	17,9	16	8,3
PMN	603	32	5,3	4	12,5
PP	739	88	11,9	7	8,0
PPS	722	53	7,3	2	3,8
PR	637	84	13,2	6	7,1
PRB	516	16	3,1	3	18,8
PRP	490	8	1,6	1	12,5
PRTB	479	8	1,7	1	12,5
PSB	995	71	7,1	6	8,5
PSC	770	44	5,7	3	6,8
PSDB	970	171	17,6	11	6,4
PSDC	338	7	2,1	0	0,0
PSL	659	24	3,6	2	8,3
PSOL	771	8	1,0	0	0,0
PSTU	108	0	0,0	0	-
PT	1.239	51	4,1	4	7,8
PT do B	515	14	2,7	0	0,0
PTB	887	69	7,8	5	7,2
PTC	741	26	3,5	0	0,0
PTN	445	8	1,8	0	0,0
PV	1.153	57	4,9	8	14,0
Total	**17.811**	**1.269**	**7,1**	**87**	**6,9**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Tabela 6
Candidatos milionários a deputado estadual, por sexo, segundo partidos políticos
Brasil – 2010

Partidos políticos	Total de candidatos	Candidatos milionários	% sobre o total	Mulheres milionárias	% de mulheres	% de mulheres sobre o total de candidatos	Diferença (%)
DEM	495	66	13,3	2	3,0	19,8	-16,8
PC do B	623	7	1,1	0	0,0	23,3	-23,3
PCB	35	0	0,0	0	-	22,9	-22,9
PCO	2	0	0,0	0	-	0,0	0,0
PDT	633	57	9,0	4	7,0	20,4	-13,4
PHS	349	6	1,7	0	0,0	18,6	-18,6
PMDB	707	102	14,4	12	11,8	24,2	-12,4
PMN	392	18	4,6	1	5,6	21,4	-15,9
PP	524	33	6,3	1	3,0	20,8	-17,8
PPS	569	31	5,4	2	6,5	23,2	-16,7
PR	459	43	9,4	3	7,0	20,0	-13,1
PRB	381	10	2,6	3	30,0	22,0	8,0
PRP	395	7	1,8	1	14,3	17,0	-2,7
PRTB	352	5	1,4	1	20,0	17,6	2,4
PSB	689	44	6,4	3	6,8	23,1	-16,3
PSC	571	28	4,9	1	3,6	22,9	-19,4
PSDB	666	105	15,8	5	4,8	19,5	-14,8
PSDC	268	4	1,5	0	0,0	18,7	-18,7
PSL	507	17	3,4	2	11,8	20,5	-8,7
PSOL	461	2	0,4	0	0,0	19,5	-19,5
PSTU	41	0	0,0	0	-	43,9	-43,9
PT	869	26	3,0	2	7,7	22,0	-14,3
PT do B	385	11	2,9	0	0,0	21,0	-21,0
PTB	592	34	5,7	3	8,8	19,3	-10,4
PTC	495	12	2,4	0	0,0	17,8	-17,8
PTN	347	6	1,7	0	0,0	18,4	-18,4
PV	763	36	4,7	5	13,9	23,2	-9,3
Total	**12570**	**710**	**5,6**	**51**	**7,2**	**21,0**	**-13,8**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Tabela 7
Candidatos milionários a deputado federal, por sexo, segundo partidos políticos
Brasil – 2010

Partidos Políticos	Total de candidatos	Candidatos milionários	% sobre o total	Mulheres milionárias	% de mulheres	% de mulheres sobre o total de candidatos	Diferença (%)
DEM	191	48	25,1	2	4,2	11,0	-6,8
PC do B	118	5	4,2	0	0,0	25,4	-25,4
PCB	15	0	0,0	0	-	0,0	0,0
PCO	3	0	0,0	0	-	33,3	-33,3
PDT	261	25	9,6	0	0,0	16,9	-16,9
PHS	164	4	2,4	0	0,0	13,4	-13,4
PMDB	340	72	21,2	3	4,2	16,8	-12,6
PMN	205	13	6,3	3	23,1	24,9	-1,8
PP	200	45	22,5	4	8,9	17,5	-8,6
PPS	145	19	13,1	0	0,0	20,0	-20,0
PR	169	34	20,1	3	8,8	20,7	-11,9
PRB	134	6	4,5	0	0,0	20,1	-20,1
PRP	94	1	1,1	0	0,0	16,0	-16,0
PRTB	113	3	2,7	0	0,0	12,4	-12,4
PSB	291	20	6,9	2	10,0	21,3	-11,3
PSC	195	15	7,7	1	6,7	17,4	-10,8
PSDB	273	53	19,4	4	7,5	20,1	-12,6
PSDC	66	2	3,0	0	0,0	16,7	-16,7
PSL	148	7	4,7	0	0,0	22,3	-22,3
PSOL	259	3	1,2	0	0,0	20,5	-20,5
PSTU	29	0	0,0	0	-	27,6	-27,6
PT	338	16	4,7	0	0,0	21,0	-21,0
PT do B	126	3	2,4	0	0,0	16,7	-16,7
PTB	287	30	10,5	2	6,7	23,0	-16,3
PTC	244	13	5,3	0	0,0	18,9	-18,9
PTN	97	2	2,1	0	0,0	16,5	-16,5
PV	367	18	4,9	3	16,7	19,9	-3,2
Total	**4.872**	**457**	**9,4**	**27**	**5,9**	**19,1**	**-13,2**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Patrimônio e sucesso eleitoral

A relação entre o patrimônio dos candidatos e o seu sucesso nas urnas será analisada, mais adiante, de forma detalhada. Por enquanto, basta indicar a relevância do patrimônio na política por meio de um breve balanço sobre o sucesso eleitoral dos milionários nas eleições de 2010.

Dos dados da Tabela 8, é possível tirar duas conclusões preliminares importantes a respeito do impacto do patrimônio sobre a política. Em primeiro lugar, não basta ser milionário para ganhar eleições. Dos 1.269 candidatos nesta condição, somente 530 (menos da metade) se elegeram. No caso das mulheres, a situação é quase idêntica. Das 87 milionárias, somente 37 obtiveram êxito nas eleições. Porém, a outra conclusão é que o fato de ser milionário aumenta consideravelmente a chance de se eleger. Enquanto entre a totalidade dos candidatos somente 9,3% se elegeram, a taxa de 42% para os milionários representa quase cinco vezes mais chance de ter sucesso nas urnas. O patrimônio não garante, mas favorece em grande medida o êxito eleitoral. Isto vale tanto para homens como para mulheres.

Tabela 8
Candidatos milionários, por sexo, segundo situação de eleição
Brasil – 2010

Situação de eleição	Total de candidatos	Candidatos milionários	Candidatas milionárias
Eleitos	1.654	530	37
Não eleitos	16.157	739	50
Total	17.811	1.269	87
% de eleitos	9,3	41,8	42,5

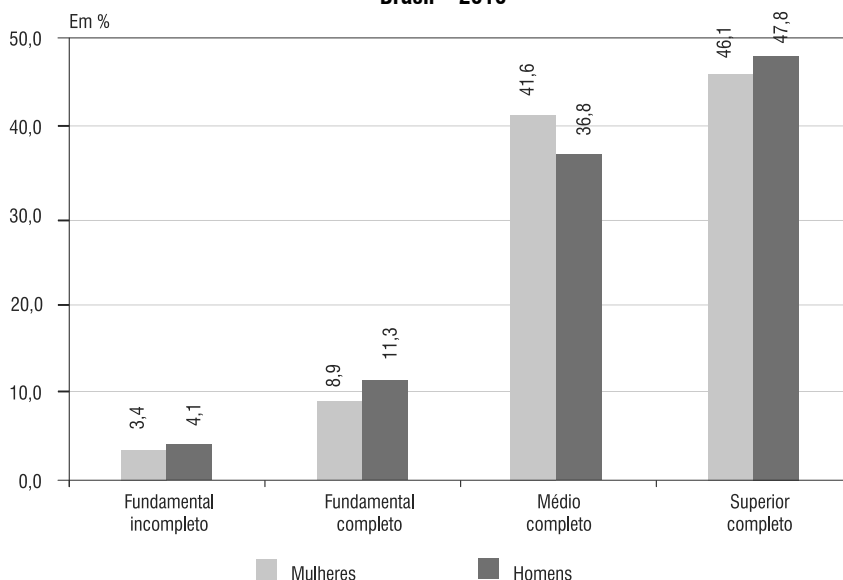
Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Instrução dos candidatos

Em relação ao nível de instrução, segundo as informações fornecidas pelos candidatos, a maioria deles concluiu o ensino médio ou até o ensino superior. Há uma ligeira diferença entre mulheres e homens, indicando um nível de instrução superior entre as candidatas. Os homens são sobrerrepresentados nos primeiros dois grupos até o ensino fundamental completo (15,4% contra 12,3% entre as mulheres), enquanto as mulheres são sobrerrepresentadas no ensino médio completo. No ensino superior completo, os homens novamente sobressaem, mas, juntando as duas categorias, a vantagem das mulheres continua.

Gráfico 5
Distribuição dos candidatos, por sexo, segundo nível de instrução
Brasil – 2010

Em %

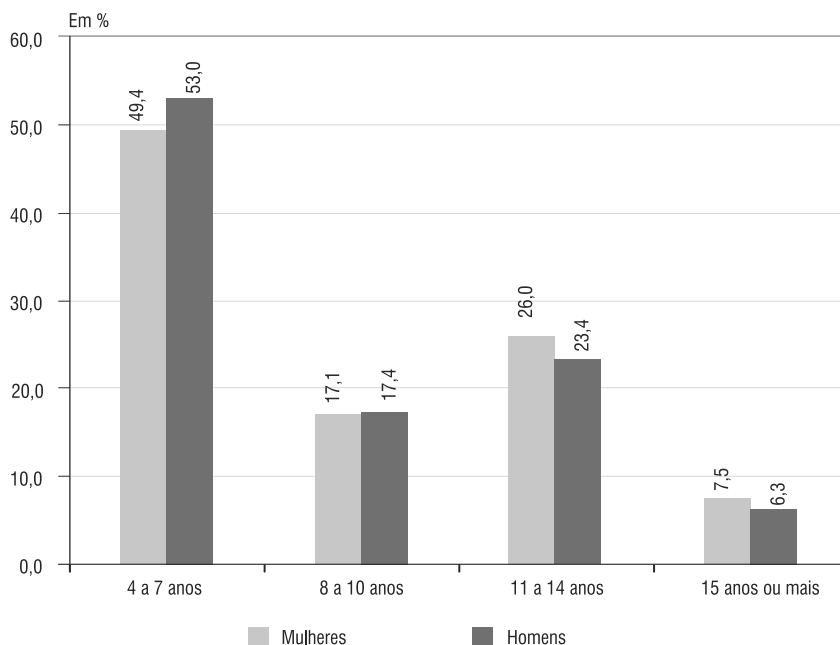
	Mulheres	Homens
Fundamental incompleto	3,4	4,1
Fundamental completo	8,9	11,3
Médio completo	41,6	36,8
Superior completo	46,1	47,8

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

No critério da escolaridade, é possível comparar o perfil dos candidatos com o da população brasileira. Usando os levantamentos do IBGE para 2008 (Gráfico 6), constata-se um hiato grande entre estes dois grupos.

A grande massa dos brasileiros (aproximadamente a metade da população) ainda não completou o ensino fundamental (estudou até sete anos na escola). Os dados também revelam que o perfil de instrução das mulheres é melhor do que o dos homens. Neste sentido, pode-se interpretar que a vantagem das mulheres candidatas quanto ao seu perfil de instrução é retrato da sua melhor colocação na sociedade neste quesito.

Gráfico 6
Distribuição da população, por sexo, segundo anos de estudo
Brasil – 2008

Em %

	Mulheres	Homens
4 a 7 anos	49,4	53,0
8 a 10 anos	17,1	17,4
11 a 14 anos	26,0	23,4
15 anos ou mais	7,5	6,3

Fonte. Instituo Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE.

Instrução e cargos

Observando o perfil educacional dos candidatos pelo prisma dos cargos (Tabela 9), verifica-se que o nível de instrução cresce à medida que a importância dos cargos aumenta. Entre os candidatos a deputados estadual e federal, ainda há uma presença significativa de aspirantes que cursaram a escola somente até o ensino fundamental completo. Estes candidatos representam entre 14% e 15% do total de candidatos. Para os aspirantes aos cargos de senador, governador e presidente, esta porcentagem fica abaixo de 5%. Na outra ponta da escala, tem-se aproximadamente metade dos candidatos para os cargos a deputados estadual e federal com curso superior completo. No caso dos candidatos aos cargos de senador, governador e presidente, este valor sobe para mais de três quartos dos candidatos.

Tabela 9
Distribuição dos candidatos, por nível de instrução, segundo cargos disputados
Brasil – 2010

Em porcentagem

Cargos disputados	Fundamental incompleto	Fundamental completo	Médio completo	Superior completo
Deputado estadual	4,2	11,2	39,7	44,9
Deputado federal	3,3	10,4	34,4	51,9
Senador	0,9	2,8	19,9	76,3
Governador	3,4	0,7	18,8	77,2
Presidente	0,0	0,0	22,2	77,8
Total	**3,9**	**10,8**	**37,8**	**47,5**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Instrução e Estados

Tomando como indicador o número de candidatos com ensino superior completo, verifica-se, na Tabela 10, uma variação significativa entre os vários Estados brasileiros. Do total de candidatos, no Brasil, 47,5% concluíram o ensino superior, alcançando 60,9% em Santa Catarina. Outros Estados que estão acima da média nacional são Espírito Santo, São Paulo, Paraná e Rio Grande do Sul, todos da região Sul ou Sudeste. Outros candidatos menos prováveis de se destacarem pelo perfil educacional pertencem a Alagoas, Ceará, Paraíba, Piauí, Tocantins, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Pará e Amazonas, onde igualmente a média dos candidatos com curso superior completo está acima da nacional.

As mulheres com instrução superior, que em média representam 19,7% sobre a totalidade dos candidatos com esta formação, são proporcionalmente mais numerosas em Estados do Norte, como Rondônia (26%), Amapá (24,4%), Amazonas (24%) e Roraima (23,7%), mas também no Ceará (24,2%), Mato Grosso (26,2%), Rio de Janeiro (23,8%) e Rio Grande do Sul (23,7%).

Tabela 10
Candidatos com ensino superior completo, por sexo, segundo Estados
Brasil – 2010

Estados	Total de candidatos	Candidatos com ensino superior completo	% com ensino superior completo	Mulheres com ensino superior completo	% de mulheres com ensino superior completo
AC	370	154	41,6	32	20,8
AL	342	170	49,7	34	20,0
AM	416	200	48,1	48	24,0
AP	331	155	46,8	38	24,5
BA	846	388	45,9	64	16,5
BR(1)	9	7	77,8	2	28,6
CE	565	273	48,3	66	24,2
DF	904	429	47,5	94	21,9
ES	425	219	51,5	31	14,2
GO	668	280	41,9	48	17,1
MA	536	266	49,6	42	15,8
MG	1.477	680	46,0	89	13,1
MS	314	172	54,8	45	26,2
MT	305	146	47,9	33	22,6
PA	586	285	48,6	61	21,4
PB	340	170	50,0	35	20,6
PE	592	247	41,7	32	13,0
PI	286	149	52,1	28	18,8
PR	810	433	53,5	81	18,7
RJ	2.279	990	43,4	236	23,8
RN	229	107	46,7	20	18,7
RO	376	154	41,0	40	26,0
RR	464	152	32,8	36	23,7
RS	833	397	47,7	94	23,7
SC	468	285	60,9	59	20,7
SE	199	92	46,2	19	20,7
SP	2.584	1.334	51,6	239	17,9
TO	257	125	48,6	23	18,4
Total	**17.811**	**8.459**	**47,5**	**1.669**	**19,7**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.
(1) Corresponde aos candidatos a presidente.

A elite política não é um retrato atenuado da população. Ela segue um perfil próprio e, nas regiões menos ricas, se destaca por um perfil de instrução que supera os competidores nas regiões economicamente mais prósperas.

A presença dos candidatos com nível superior completo é maior entre os concorrentes a deputado federal do que a deputado estadual. Comparando-se os sexos, verifica-se que aqui a diferença entre homens

e mulheres é tênue. Elas, que correspondem em média a 21% do total de candidatos a deputado estadual, estão representadas na mesma proporção no grupo com instrução superior completa. No caso do cargo de deputado federal, as mulheres são sub-representadas entre os candidatos com educação superior, mas a diferença é pequena: enquanto elas respondem por 19,1% das candidaturas, são 17,1% entre os candidatos com ensino superior completo.

Tabela 11
Candidatos a deputado estadual com ensino superior completo, por sexo, segundo Estados
Brasil – 2010

Estados	Total de candidatos	Candidatos com ensino superior completo	% com ensino superior completo	Mulheres com ensino superior completo	% de mulheres com ensino superior completo	% de mulheres sobre total de candidatos	Diferença (%)
AC	327	129	39,4	27	20,9	21,1	-0,2
AL	263	117	44,5	25	21,4	19,0	2,4
AM	351	154	43,9	37	24,0	27,9	-3,9
AP	249	108	43,4	25	23,1	26,9	-3,8
BA	587	252	42,9	48	19,0	16,0	3,0
CE	438	205	46,8	57	27,8	29,2	-1,4
DF	795	353	44,4	79	22,4	25,3	-2,9
ES	345	162	47,0	23	14,2	10,1	4,1
GO	538	210	39,0	38	18,1	19,9	-1,8
MA	369	162	43,9	27	16,7	13,3	3,4
MG	937	432	46,1	65	15,0	14,9	0,1
MS	240	128	53,3	35	27,3	26,3	1,1
MT	227	101	44,5	26	25,7	23,3	2,4
PA	458	214	46,7	53	24,8	24,7	0,1
PB	252	120	47,6	26	21,7	17,9	3,8
PE	401	167	41,6	25	15,0	14,7	0,3
PI	183	95	51,9	17	17,9	25,1	-7,2
PR	527	280	53,1	60	21,4	24,1	-2,7
RJ	1.512	605	40,0	156	25,8	25,6	0,2
RN	157	71	45,2	13	18,3	21,0	-2,7
RO	296	113	38,2	30	26,5	15,5	11,0
RR	392	113	28,8	30	26,5	29,1	-2,5
RS	544	262	48,2	71	27,1	24,8	2,3
SC	306	179	58,5	35	19,6	22,9	-3,3
SE	126	61	48,4	16	26,2	16,7	9,6
SP	1.538	759	49,3	137	18,1	17,0	1,1
TO	212	95	44,8	18	18,9	15,1	3,9
Total	**12.570**	**5.647**	**44,9**	**1.199**	**21,2**	**21,0**	**0,2**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Tabela 12
Candidatos a deputado federal com ensino superior completo, por sexo, segundo Estados
Brasil – 2010

Estados	Total de candidatos	Candidatos com ensino superior completo	% com ensino superior completo	Mulheres com ensino superior completo	% de mulheres com ensino superior completo	% de mulheres sobre o total de candidatos	Diferença (%)
AC	36	21	58,3	5	23,8	22,2	1,6
AL	64	40	62,5	8	20,0	18,8	1,3
AM	52	35	67,3	9	25,7	25,0	0,7
AP	72	41	56,9	13	31,7	27,8	3,9
BA	243	123	50,6	14	11,4	11,9	-0,6
CE	113	57	50,4	7	12,3	21,2	-9,0
DF	94	62	66,0	15	24,2	21,3	2,9
ES	72	50	69,4	6	12,0	16,7	-4,7
GO	117	61	52,1	8	13,1	8,5	4,6
MA	151	90	59,6	13	14,4	12,6	1,9
MG	522	234	44,8	22	9,4	13,0	-3,6
MS	67	38	56,7	10	26,3	32,8	-6,5
MT	67	34	50,7	7	20,6	26,9	-6,3
PA	118	63	53,4	6	9,5	18,6	-9,1
PB	77	40	51,9	8	20,0	16,9	3,1
PE	176	69	39,2	5	7,2	8,0	-0,7
PI	87	43	49,4	10	23,3	26,4	-3,2
PR	264	137	51,9	20	14,6	18,9	-4,3
RJ	750	372	49,6	80	21,5	24,3	-2,8
RN	60	25	41,7	5	20,0	16,7	3,3
RO	70	34	48,6	9	26,5	22,9	3,6
RR	62	31	50,0	5	16,1	24,2	-8,1
RS	271	122	45,0	20	16,4	23,2	-6,9
SC	146	96	65,8	21	21,9	25,3	-3,5
SE	54	21	38,9	1	4,8	13,0	-8,2
SP	1.027	562	54,7	101	18,0	18,8	-0,8
TO	40	28	70,0	5	17,9	25,0	-7,1
Total	**4.872**	**2.529**	**51,9**	**433**	**17,1**	**19,1**	**-2,0**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Instrução nos partidos políticos

De maneira geral, os partidos grandes (PT, PMDB, PSDB, DEM, PR e PPS) tendem a ter maior presença de candidatos com alto nível de instrução, enquanto os menores apresentam uma taxa de candidatos com instrução superior abaixo da média (Tabela 13).

Tabela 13
Candidatos com ensino superior completo, por sexo, segundo partidos políticos
Brasil – 2010

Partidos políticos	Total de candidatos	Candidatos com ensino superior completo	% com ensino superior completo	Mulheres com ensino superior completo	% de mulheres com ensino superior completo
DEM	702	375	53,4	62	16,5
PC do B	751	336	44,7	85	25,3
PCB	73	28	38,4	2	7,1
PCO	10	3	30,0	1	33,3
PDT	904	472	52,2	77	16,3
PHS	516	169	32,8	35	20,7
PMDB	1078	629	58,3	123	19,6
PMN	603	223	37,0	53	23,8
PP	739	368	49,8	68	18,5
PPS	722	376	52,1	72	19,1
PR	637	333	52,3	56	16,8
PRB	516	172	33,3	43	25,0
PRP	490	174	35,5	27	15,5
PRTB	479	175	36,5	25	14,3
PSB	995	515	51,8	96	18,6
PSC	770	315	40,9	72	22,9
PSDB	970	604	62,3	97	16,1
PSDC	338	116	34,3	19	16,4
PSL	659	243	36,9	45	18,5
PSOL	771	337	43,7	71	21,1
PSTU	108	67	62,0	23	34,3
PT	1239	770	62,1	171	22,2
PT do B	515	187	36,3	38	20,3
PTB	887	413	46,6	82	19,9
PTC	741	257	34,7	39	15,2
PTN	445	165	37,1	37	22,4
PV	1153	637	55,2	150	23,5
Total	**17.811**	**8.459**	**47,5**	**1.669**	**19,7**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Em relação à presença das mulheres entre os candidatos com ensino superior, há dois partidos que se destacam. Tanto no PSTU como no PCO, mais de um terço dos candidatos com formação universitária completa são mulheres. Em relação ao PCO, deve ser levado em conta o pequeno número de candidatos.

Visto pela ótica da filiação partidária, os partidos que contam com candidatos a deputado estadual de nível de ensino mais alto são PSTU, PSDB e PT. Para o cargo de deputado federal, inclui-se o PMDB neste gru-

po. A situação relativa das mulheres nestes partidos, do ponto de vista da instrução, é positiva. No PSTU, as mulheres representam, respectivamente para os dois cargos, 43,9% e 27,6% entre os candidatos e praticamente a mesma proporção entre o grupo com instrução superior. No caso dos outros partidos, as mulheres são sub-representadas entre os candidatos com maior nível de instrução, mas a diferença se mantém dentro de uma margem de poucos pontos percentuais.

Tabela 14
Candidatos a deputado estadual com ensino superior completo, por sexo, segundo partidos políticos. Brasil – 2010

Partidos políticos	Total de candidatos	Candidatos com ensino superior completo	% com ensino superior completo	Mulheres com ensino superior completo	% de mulheres com ensino superior completo	% de mulheres sobre total de candidatos	Diferença (%)
DEM	495	248	50,1	51	20,6	19,8	0,8
PC do B	623	261	41,9	69	26,4	23,3	3,2
PCB	35	11	31,4	1	9,1	22,9	-13,8
PCO	2	0	0,0	0	-	0,0	0,0
PDT	633	325	51,3	56	17,2	20,4	-3,1
PHS	349	101	28,9	26	25,7	18,6	7,1
PMDB	707	384	54,3	93	24,2	24,2	0,0
PMN	392	146	37,2	35	24,0	21,4	2,5
PP	524	239	45,6	47	19,7	20,8	-1,1
PPS	569	285	50,1	61	21,4	23,2	-1,8
PR	459	225	49,0	41	18,2	20,0	-1,8
PRB	381	120	31,5	34	28,3	22,0	6,3
PRP	395	134	33,9	23	17,2	17,0	0,2
PRTB	352	116	33,0	21	18,1	17,6	0,5
PSB	689	346	50,2	69	19,9	23,1	-3,1
PSC	571	220	38,5	57	25,9	22,9	3,0
PSDB	666	400	60,1	69	17,3	19,5	-2,3
PSDC	268	89	33,2	15	16,9	18,7	-1,8
PSL	507	180	35,5	34	18,9	20,5	-1,6
PSOL	461	179	38,8	36	20,1	19,5	0,6
PSTU	41	27	65,9	13	48,1	43,9	4,2
PT	869	519	59,7	120	23,1	22,0	1,1
PT do B	385	142	36,9	30	21,1	21,0	0,1
PTB	592	254	42,9	51	20,1	19,3	0,8
PTC	495	173	34,9	22	12,7	17,8	-5,1
PTN	347	129	37,2	30	23,3	18,4	4,8
PV	763	394	51,6	95	24,1	23,2	0,9
Total	**12.570**	**5.647**	**44,9**	**1.199**	**21,2**	**21,0**	**0,2**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Tabela 15
Candidatos a deputado federal com ensino superior completo, por sexo, segundo partidos políticos. Brasil – 2010

Partidos políticos	Total de candidatos	Candidatos com ensino superior completo	% com ensino superior completo	Mulheres com ensino superior completo	% de mulheres com ensino superior completo	% de mulheres sobre o total de candidatos	Differença (%)
DEM	191	113	59,2	10	8,8	11,0	-2,1
PC do B	118	67	56,8	14	20,9	25,4	-4,5
PCB	15	5	33,3	0	0,0	0,0	0,0
PCO	3	0	0,0	0	-	33,3	-33,3
PDT	261	138	52,9	21	15,2	16,9	-1,6
PHS	164	65	39,6	9	13,8	13,4	0,4
PMDB	340	216	63,5	29	13,4	16,8	-3,3
PMN	205	74	36,1	18	24,3	24,9	-0,6
PP	200	116	58,0	18	15,5	17,5	-2,0
PPS	145	85	58,6	11	12,9	20,0	-7,1
PR	169	102	60,4	15	14,7	20,7	-6,0
PRB	134	51	38,1	9	17,6	20,1	-2,5
PRP	94	39	41,5	4	10,3	16,0	-5,7
PRTB	113	51	45,1	4	7,8	12,4	-4,5
PSB	291	155	53,3	25	16,1	21,3	-5,2
PSC	195	92	47,2	15	16,3	17,4	-1,1
PSDB	273	176	64,5	25	14,2	20,1	-5,9
PSDC	66	24	36,4	4	16,7	16,7	0,0
PSL	148	61	41,2	11	18,0	22,3	-4,3
PSOL	259	120	46,3	28	23,3	20,5	2,9
PSTU	29	18	62,1	5	27,8	27,6	0,2
PT	338	225	66,6	43	19,1	21,0	-1,9
PT do B	126	42	33,3	8	19,0	16,7	2,4
PTB	287	153	53,3	31	20,3	23,0	-2,7
PTC	244	83	34,0	17	20,5	18,9	1,6
PTN	97	35	36,1	7	20,0	16,5	3,5
PV	367	223	60,8	52	23,3	19,9	3,4
Total	**4.872**	**2.529**	**51,9**	**433**	**17,1**	**19,1**	**-2,0**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Instrução e sucesso eleitoral

Assim como a propriedade, a instrução também tem impacto sobre o sucesso eleitoral. A Tabela 16 mostra que candidatos com ensino fundamental completo, representando menos de 4% do total (Gráfico 3), têm chance bastante reduzida (2%) de se elegerem para os cargos que disputam. Esta

chance cresce à medida que o nível de instrução aumenta. Um candidato que alcançou formação universitária completa possui chance sete vezes maior de se eleger, quando comparado ao primeiro grupo. Similar aos bens, a educação é um fator importante para o sucesso da disputa eleitoral.

Tabela 16
Candidatos, por nível de instrução, segundo situação de eleição
Brasil – 2010

Situação de eleição	Fundamental incompleto	Fundamental completo	Médio completo	Superior completo	Total de candidatos
Eleitos	14	68	366	1.206	1.654
Não eleitos	684	1.854	6.366	7.253	16.157
Total	698	1.922	6.732	8.459	17.811
% de eleitos	2,0	3,5	5,4	14,3	9,3

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Ocupação dos candidatos

Os 17.811 candidatos também registraram sua "ocupação" no momento de oficializar a candidatura junto à justiça eleitoral. Estas ocupações, que incluem mais de 200 categorias, foram agregadas, na presente análise, em quatro grandes grupos (Tabela 17). Entre os candidatos, 10% indicaram como atividade atual o exercício de um cargo eletivo (desde vereador até governador) e 14% são servidores públicos em diferentes funções. A maior parte das profissões foi classificada como área privada. Finalmente, a categoria residual outras profissões engloba 15% dos candidatos.

Tabela 17
Distribuição dos candidatos, por sexo, segundo classes de ocupações
Brasil – 2010

Classes de ocupação	Total de candidatos		Mulheres (%)	Homens (%)
	N. abs.	%		
Político/a	1.783	10,0	12,0	88,0
Servidor/a público/a	2.426	14,0	16,0	84,0
Área privada	10.847	61,0	22,0	78,0
Outras	2.755	15,0	25,0	75,0
Total	**17.811**	**100,0**	**20,0**	**80,0**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Ocupação e cargos

Um dos destaques do ponto de vista de gênero é a sub-representação das mulheres entre os candidatos que já estão em cargos eletivos. Somente 12% dos políticos candidatos são mulheres, quando a média da participação das mulheres entre os candidatos é de 20%. A Tabela 18 desagrega as informações a respeito deste grupo de políticos em cargos eletivos que se recandidataram para o mesmo ou outro cargo. Deve-se lembrar, para a interpretação desta tabela, que as informações sobre os cargos atuais foram fornecidas pelos candidatos, enquanto aquelas referentes aos cargos disputados correspondem aos registros da justiça eleitoral. Além de estarem sujeitos a imprecisões (haveria de fato somente um entre os mais de cinco mil prefeitos em exercício disputando um cargo eletivo em 2010?), os dados fornecidos pelos candidatos não diferenciam os cargos de deputados estadual e federal.

Tabela 18
Políticos candidatos, por cargo disputado, segundo cargo de origem e sexo
Brasil – 2010

Cargo de origem e sexo	Cargo disputado						
	Deputado estadual	Deputado federal	Senador	Governador	Presidente	Total	%
Vereador	524	172	5	3	-	704	100,0
Mulheres	67	23		1	-	91	13,0
Homens	457	149	5	2	-	613	87,0
Prefeito	-	1	-	-	-	1	100,0
Mulheres	-	-	-	-	-	-	0,0
Homens	-	1	-	-	-	1	100,0
Deputado	608	370	29	10		1.017	100,0
Mulheres	78	26	3	1	-	108	11,0
Homens	530	344	26	9	-	909	89,0
Senador	1	6	24	11	1	43	100,0
Mulheres	1	1	2	2	1	7	16,0
Homens	-	5	22	9	-	36	84,0
Governador	-	-	-	16	-	16	100,0
Mulheres	-	-	-	1	-	1	6,0
Homens	-	-	-	15	-	15	94,0
Total	**1.133**	**549**	**58**	**40**	**1**	**1.781**	**-**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Assim, a partir da Tabela 18, observa-se que, entre os políticos que se apresentaram para disputar o mesmo ou outro cargo eletivo, as maiores representatividades correspondem aos vereadores (704) e deputados

(1.017). As mulheres representam 13%, entre os primeiros, e apenas 11%, entre os últimos. Esta desvantagem das mulheres em relação ao capital político acumulado tem um profundo impacto sobre a sua participação no processo eleitoral.

Ocupação e Estados

Ao desagregar a ocupação dos candidatos e candidatas por Estado, fica evidente a falta de capital político das mulheres. As candidatas a deputada estadual que exerciam cargos políticos, no momento da candidatura, representam somente 12,9% do total de candidatos, enquanto no conjunto dos candidatos a este cargo as mulheres correspondem a 21%, uma diferença de 8,2%. Somente nos Estados de Alagoas, Bahia, Maranhão e Sergipe, o grupo das mulheres candidatas a deputada estadual tem, no conjunto, capital político maior do que os homens.

No caso dos candidatos a deputado federal, verifica-se igualmente uma desvantagem das mulheres (9,8%) em relação ao capital político, com exceção dos Estados do Acre, Espírito Santo, Goiás, Rio Grande do Norte, Rondônia e Sergipe.

Tabela 19
Candidatos a deputado estadual que exerciam cargos políticos no momento da candidatura, por sexo, segundo Estados. Brasil – 2010

Estados	Total de candidatos	Candidatos políticos	% de políticos	Mulheres políticas	% de mulheres políticas	% de mulheres sobre o total de candidatos	Diferença (%)
AC	327	36	11,0	6	16,7	21,1	-4,4
AL	263	15	5,7	4	26,7	19,0	7,7
AM	351	38	10,8	4	10,5	27,9	-17,4
AP	249	22	8,8	5	22,7	26,9	-4,2
BA	587	67	11,4	12	17,9	16,0	1,9
CE	438	24	5,5	5	20,8	29,2	-8,4
DF	795	14	1,8	1	7,1	25,3	-18,1
ES	345	37	10,7	3	8,1	10,1	-2,0
GO	538	48	8,9	3	6,3	19,9	-13,6
MA	369	33	8,9	6	18,2	13,3	4,9
MG	937	94	10,0	7	7,4	14,9	-7,5
MS	240	23	9,6	1	4,3	26,3	-21,9
MT	227	32	14,1	2	6,3	23,3	-17,1
PA	458	61	13,3	11	18,0	24,7	-6,6
PB	252	19	7,5	3	15,8	17,9	-2,1
PE	401	45	11,2	6	13,3	14,7	-1,4
PI	183	20	10,9	2	10,0	25,1	-15,1
PR	527	64	12,1	6	9,4	24,1	-14,7
RJ	1.512	87	5,8	12	13,8	25,6	-11,8
RN	157	18	11,5	3	16,7	21,0	-4,4
RO	296	27	9,1	3	11,1	15,5	-4,4
RR	392	21	5,4	2	9,5	29,1	-19,6
RS	544	81	14,9	15	18,5	24,8	-6,3
SC	306	40	13,1	5	12,5	22,9	-10,4
SE	126	18	14,3	4	22,2	16,7	5,6
SP	1.538	118	7,7	13	11,0	17,0	-6,0
TO	212	32	15,1	2	6,3	15,1	-8,8
Total	**12.570**	**1.134**	**9,0**	**146**	**12,9**	**21,0**	**-8,2**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Tabela 20
Candidatos a deputado federal que exerciam cargos políticos no momento da candidatura, por sexo, segundo Estados. Brasil – 2010

Estados	Total de candidatos	Candidatos políticos	% de políticos	Mulheres políticas	% de mulheres políticas	% de mulheres sobre total de candidatos	Diferença (%)
AC	36	7	19,4	2	28,6	22,2	6,3
AL	64	6	9,4	1	16,7	18,8	-2,1
AM	52	8	15,4	1	12,5	25,0	-12,5
AP	72	5	6,9	1	20,0	27,8	-7,8
BA	243	39	16,0	2	5,1	11,9	-6,8
CE	113	11	9,7	1	9,1	21,2	-12,1
DF	94	6	6,4	1	16,7	21,3	-4,6
ES	72	10	13,9	3	30,0	16,7	13,3
O	117	12	10,3	3	25,0	8,5	16,5
MA	151	20	13,2	1	5,0	12,6	-7,6
MG	522	69	13,2	2	2,9	13,0	-10,1
MS	67	11	16,4	3	27,3	32,8	-5,6
MT	67	10	14,9	1	10,0	26,9	-16,9
PA	118	19	16,1	2	10,5	18,6	-8,1
PB	77	8	10,4	0	0,0	16,9	-16,9
PE	176	22	12,5	1	4,5	8,0	-3,4
PI	87	7	8,0	0	0,0	26,4	-26,4
PR	264	32	12,1	2	6,3	18,9	-12,7
RJ	750	54	7,2	5	9,3	24,3	-15,0
RN	60	8	13,3	2	25,0	16,7	8,3
RO	70	5	7,1	2	40,0	22,9	17,1
RR	62	6	9,7	1	16,7	24,2	-7,5
RS	271	43	15,9	4	9,3	23,2	-13,9
SC	146	22	15,1	0	0,0	25,3	-25,3
SE	54	7	13,0	1	14,3	13,0	1,3
SP	1.027	93	9,1	8	8,6	18,8	-10,2
TO	40	10	25,0	1	10,0	25,0	-15,0
Total	**4.872**	**550**	**11,3**	**51**	**9,3**	**19,1**	**-9,8**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Ocupação e partidos

Visto pela ótica dos partidos políticos, somente poucos conseguem se destacar positivamente do quadro geral de falta de experiência política anterior das candidatas. No caso das eleições para deputado estadual, apenas o PSL tem proporcionalmente mais candidatas exercendo um mandato político no momento da candidatura. Para as eleições a deputado federal, as exceções são PTdoB, PTC e PSOL.

Tabela 21
Candidatos a deputado estadual que exerciam cargos políticos no momento da candidatura, por sexo, segundo partidos políticos. Brasil – 2010

Partidos políticos	Total de candidatos	Candidatos políticos	% de políticos	Mulheres políticas	% de mulheres políticas	% de mulheres sobre o total de candidatos	Diferença (%)
DEM	495	94	19,0	9	9,6	19,8	-10,2
PC do B	623	37	5,9	6	16,2	23,3	-7,1
PCB	35	0	0,0	0	-	22,9	-22,9
PCO	2	0	0,0	0	-	0,0	0,0
PDT	633	72	11,4	11	15,3	20,4	-5,1
PHS	349	6	1,7	0	0,0	18,6	-18,6
PMDB	707	143	20,2	24	16,8	24,2	-7,4
PMN	392	26	6,6	2	7,7	21,4	-13,7
PP	524	65	12,4	8	12,3	20,8	-8,5
PPS	569	34	6,0	2	5,9	23,2	-17,3
PR	459	69	15,0	7	10,1	20,0	-9,9
PRB	381	26	6,8	5	19,2	22,0	-2,8
PRP	395	19	4,8	1	5,3	17,0	-11,7
PRTB	352	5	1,4	0	0,0	17,6	-17,6
PSB	689	78	11,3	12	15,4	23,1	-7,7
PSC	571	50	8,8	9	18,0	22,9	-4,9
PSDB	666	107	16,1	11	10,3	19,5	-9,2
PSDC	268	8	3,0	0	0,0	18,7	-18,7
PSL	507	15	3,0	4	26,7	20,5	6,2
PSOL	461	2	0,4	0	0,0	19,5	-19,5
PSTU	41	0	0,0	0	-	43,9	-43,9
PT	869	139	16,0	23	16,5	22,0	-5,4
PT do B	385	15	3,9	3	20,0	21,0	-1,0
PTB	592	53	9,0	3	5,7	19,3	-13,6
PTC	495	10	2,0	1	10,0	17,8	-7,8
PTN	347	18	5,2	0	0,0	18,4	-18,4
PV	763	43	5,6	5	11,6	23,2	-11,6
Total	**12.570**	**1.134**	**9,0**	**146**	**12,9**	**21,0**	**-8,2**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Tabela 22
Candidatos a deputado federal que exerciam cargos políticos no momento da candidatura, por sexo, segundo partidos políticos. Brasil – 2010

Partidos políticos	Total de candidatos	Candidatos políticos	% de políticos	Mulheres políticas	% de mulheres políticas	% de mulheres sobre o total de candidatos	Diferença (%)
DEM	191	48	25,1	2	4,2	11,0	-6,8
PC do B	118	11	9,3	3	27,3	25,4	1,8
PCB	15	1	6,7	0	0,0	0,0	0,0
PCO	3	0	0,0	0	-	33,3	-33,3
PDT	261	34	13,0	3	8,8	16,9	-8,0
PHS	164	6	3,7	0	0,0	13,4	-13,4
PMDB	340	80	23,5	6	7,5	16,8	-9,3
PMN	205	12	5,9	3	25,0	24,9	0,1
PP	200	39	19,5	3	7,7	17,5	-9,8
PPS	145	15	10,3	1	6,7	20,0	-13,3
PR	169	34	20,1	5	14,7	20,7	-6,0
PRB	134	12	9,0	2	16,7	20,1	-3,5
PRP	94	2	2,1	0	0,0	16,0	-16,0
PRTB	113	1	0,9	0	0,0	12,4	-12,4
PSB	291	35	12,0	5	14,3	21,3	-7,0
PSC	195	23	11,8	0	0,0	17,4	-17,4
PSDB	273	59	21,6	4	6,8	20,1	-13,4
PSDC	66	2	3,0	0	0,0	16,7	-16,7
PSL	148	2	1,4	0	0,0	22,3	-22,3
PSOL	259	4	1,5	1	25,0	20,5	4,5
PSTU	29	0	0,0	0	-	27,6	-27,6
PT	338	70	20,7	6	8,6	21,0	-12,4
PT do B	126	3	2,4	1	33,3	16,7	16,7
PTB	287	29	10,1	4	13,8	23,0	-9,2
PTC	244	4	1,6	1	25,0	18,9	6,1
PTN	97	0	0,0	0	-	16,5	-16,5
PV	367	24	6,5	1	4,2	19,9	-15,7
Total	**4.872**	**550**	**11,3**	**51**	**9,3**	**19,1**	**-9,8**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

As profissões mais frequentes

Foram selecionadas algumas profissões específicas, da área privada, e a categoria dos militares/policiais, do setor público. Verifica-se a maior presença de empresários, representando 8,5% do total dos candidatos, seguidos pelos professores e advogados (6% cada grupo), comerciantes

(4,9%) e militares/policiais (4,4%). Entre as mulheres, há 211 candidatas que indicaram como ocupação dona de casa, correspondendo a 1,2% do conjunto de candidatos, mas a 5,8% das candidaturas femininas.

Tabela 23
Candidatos, por sexo, segundo ocupações selecionadas
Brasil – 2010

Ocupações	Candidatos		Mulheres (%)	Homens (%)
	N. abs.	%		
Advogado/a	1.066	6,0	15,6	84,4
Agricultor/a	156	0,9	7,1	92,9
Aposentado/a	423	2,4	24,6	75,4
Bancário/a	102	0,6	15,7	84,3
Ciências humanas	246	1,4	33,7	66,3
Comerciante	864	4,9	12,4	87,6
Dona de casa	211	1,2	100,0	0,0
Empresário/a	1.514	8,5	12,0	88,0
Médico/a	572	3,2	11,5	88,5
Militar/polícia	781	4,4	5,9	94,1
Professor/a	1.077	6,0	34,1	65,9
Total	**17.811**	**100,0**	**20,3**	**79,7**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Ocupação e sucesso eleitoral

Qual é a importância da ocupação atual para o sucesso nas urnas? A Tabela 24 deixa claro que a ocupação que mais influencia o resultado eleitoral é um cargo eletivo (político). Enquanto a média dos candidatos que se elegeram é de 9%, entre as mulheres esta proporção corresponde a apenas 5%. A porcentagem de mulheres eleitas é inferior à dos homens em todas as ocupações, exceto entre servidores públicos e políticos. Para o baixo desempenho dos servidores públicos na competição eleitoral (somente 3% se elegeram, ficando atrás da média de 9%), contribuíram decisivamente os militares/policiais que se candidataram em grande número, mas tiveram pouco sucesso eleitoral.

Tabela 24
Candidatos eleitos, por sexo, segundo ocupação
Brasil – 2010

Em porcentagem

Ocupação	Mulheres	Homens	Total de candidatos
Político/a	45,0	46,0	46,0
Servidor/a público/a	3,0	3,0	3,0
Área privada	3,0	7,0	6,0
Outras	2,0	5,0	4,0
Total de candidatos	**5,0**	**10,0**	**9,0**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

No caso das ocupações selecionadas (Tabela 25), é possível identificar chances diferenciadas de sucesso eleitoral tanto entre os grupos, como entre os sexos dentro do mesmo grupo. Os profissionais da área de ciências humanas (15,4%) e os médicos (12,6%) são os que apresentam taxas de sucesso nas urnas acima da média (9%). Em seguida vêm os agricultores (12,2%) e bancários (11,8%). Para as mulheres, as ocupações que mais aumentam as chances de eleição são as mesmas, acrescentando-se as empresárias. Por outro lado, nenhuma das 211 donas de casa se elegeu.

Tabela 25
Candidatos eleitos, por sexo, segundo ocupações selecionadas
Brasil – 2010

Em porcentagem

Ocupações	Mulheres	Homens	Total de candidatos
Advogado/a	2,4	10,4	9,2
Agricultor/a	9,1	12,4	12,2
Aposentado/a	1,0	2,8	2,4
Bancário/a	12,5	11,6	11,8
Ciências humanas	10,8	17,8	15,4
Comerciante	0,9	2,8	2,5
Dona de casa	0,0	-	0,0
Empresário/a	9,4	7,7	7,9
Médico/a	6,1	13,4	12,6
Militar/polícia	0,0	2,0	1,9
Professor/a	3,5	4,6	4,3

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

A ocupação que mais se destaca positivamente para o êxito nas eleições é o exercício de cargo político. Entre estes candidatos, encontram-se desde vereadores, prefeitos e deputados até senadores, governadores e ministros (Tabela 26). Quase a metade dos candidatos (45%) que já ocuparam cargos eletivos ganhou as disputas eleitorais em 2010. Com este resultado, o grupo dos políticos quintuplicou a chance de se eleger, em comparação com a média de 9% de todos os candidatos.

Tabela 26
Candidatos eleitos, por cargo, segundo cargos políticos ocupados antes da eleição
Brasil – 2010

Cargos anteriores	Deputado estadual	Deputado federal	Senador	Governador	Presidente	Total geral
Vereador	524	172	5	3	-	704
Mulheres	67	23	-	1	-	91
Homens	457	149	5	2	-	613
Prefeito	-	1	-	-	-	1
Mulheres	-	-	-	-	-	-
Homens	-	1	-	-	-	1
Deputado	608	370	29	10	-	1017
Mulheres	78	26	3	1	-	108
Homens	530	344	26	9	-	909
Senador	1	6	24	11	1	43
Mulheres	1	1	2	2	1	7
Homens	-	5	22	9	-	36
Governador	-	-	-	16	-	16
Mulheres	-	-	-	1	-	1
Homens	-	-	-	15	-	15
Total	**1.133**	**549**	**58**	**40**	**1**	**1.781**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

A Tabela 27 mostra que, neste grupo dos políticos, não há diferença significativa entre candidatos homens e mulheres que tenham ocupado um cargo político antes das eleições. A probabilidade de políticos se elegerem para o mandato que disputam gira em torno de 50%. As variações entre homens e mulheres são praticamente inexistentes para o cargo de deputado estadual. Para os candidatos a deputado federal, há uma vantagem dos homens com passado político sobre as mulheres com o mesmo perfil.

Tabela 27
Candidatos, por cargo disputado e situação de eleição, segundo condição de exercício de cargo político antes das eleições e sexo. Brasil – 2010

Em porcentagem

Condição de exercício de cargo político e sexo	Deputado estadual		Deputado federal	
	Eleitos	Não eleitos	Eleitos	Não eleitos
Não exerceram cargos políticos	5,0	95,0	5,3	94,7
Mulheres	2,9	97,1	2,5	97,5
Homens	5,6	94,4	6,0	94,0
Exerceram cargos políticos	42,9	57,1	51,5	48,5
Mulheres	43,8	56,2	45,1	54,9
Homens	42,8	57,2	52,1	47,9

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

No entanto, como evidencia a Tabela 28, há uma diferença significativa entre homens e mulheres em relação à experiência prévia na política. Entre as mulheres candidatas a deputada estadual ou federal, somente 5,5% ocuparam cargos políticos anteriores. Entre os homens, estas percentagens praticamente dobram: dos candidatos a deputados estadual e federal, 10% e 12,7%, respectivamente, estiveram em um cargo eletivo antes da disputa eleitoral.

Tabela 28
Candidatos eleitos, por cargo, segundo sexo e condição de exercício de cargos políticos antes da eleição. Brasil – 2010

Sexo e condição de exercício de cargo político	Deputado estadual	Deputado federal
Mulheres		
Não exerceram cargos políticos	94,5	94,5
Exerceram cargos político	5,5	5,5
Homens		
Não exerceram cargos políticos	90,0	87,3
Exerceram cargos político	10,0	12,7

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Estes resultados indicam que as mulheres, quando dispõem de capital político comparável ao dos homens, têm desempenho similar ao deles. Por outro lado, menos candidatas mulheres possuem experiência política anterior, um dos pré-requisitos mais promissores para ganhar a disputa eleitoral.

Conclusão

Quando mulheres e homens se apresentam como candidatos para disputar diferentes cargos eletivos, eles não são páginas brancas. Muito pelo contrário, são membros de uma sociedade altamente estratificada, com diferenças grandes em relação ao patrimônio financeiro, ao nível de educação e à experiência profissional e política. Tanto o patrimônio do candidato como a sua educação escolar são, em parte, herança da sua origem social e, em parte, produto da sua trajetória pessoal.

A análise preliminar mostrou que estes fatores têm um profundo impacto sobre o sucesso eleitoral. Ter herdado ou acumulado grandes riquezas não é garantia de sucesso nas urnas, mas aumenta em cinco vezes as chances de se eleger. A instrução não possui o mesmo impacto sobre o sucesso eleitoral, porém, quem tiver diploma universitário aumenta em 50% as chances de obter êxito nas eleições em relação aos demais candidatos. Finalmente, a ocupação no momento da disputa eleitoral é decisiva para o sucesso nas urnas. A categoria que mais se destaca refere-se aos políticos em cargos eletivos que disputam um novo mandato. Estes têm uma chance cinco vezes acima da média de todos os candidatos. Assim, o impacto da experiência como político tem o mesmo peso que o patrimônio sobre as eleições.

As mulheres sobressaem justamente na categoria que menos pesa para as eleições. Elas são mais instruídas do que seus concorrentes masculinos (ensino médio completo), mesmo que estes estejam mais presentes na categoria dos candidatos com diploma universitário. No que diz respeito à disposição de recursos patrimoniais, há 1.269 milionários entre os candidatos nas eleições de 2010, mas entre estes somente 69 são mulheres, representando 7% do total. No conjunto de candidatos, as mulheres representam 20%. Fica evidente a sub-representação das mulheres neste grupo. Entre os políticos, segunda categoria importante para o sucesso eleitoral, as mulheres são igualmente sub-representadas: somente 12% dos candidatos que ocupavam cargos eletivos são mulheres.

As mulheres não entram na disputa eleitoral apenas caracterizadas por sua condição de sexo ou gênero. Elas trazem atributos acumulados por sua condição de ser mulher em uma sociedade que permitiu sua emancipação em alguns setores, mas que ainda as segrega em outras áreas. As mulheres tiveram ganhos com relação ao ingresso no sistema educacional e no mercado de trabalho, por exemplo. Mas elas ainda não alcançaram uma representação numérica comparável aos homens nos degraus mais

altos da pirâmide patrimonial, se lermos o retrato das candidatas como um retrato do conjunto da sociedade. Mais decisivo, as mulheres não acumularam experiência em cargos eletivos que as colocariam em condições de igualdade com seus pares masculinos. A frase aparentemente paradoxal, de que as mulheres não ganham eleições porque elas não ganharam eleições no passado, é uma das verdades do sistema político no Brasil e uma das conclusões deste estudo. Para superar este obstáculo e entrar no círculo dos candidatos que se reelegem, é necessário criar mecanismos para fortalecer a entrada das mulheres em cargos eletivos.

Referências

ARAÚJO, C.; ALVES, J. E. D. Impactos de indicadores sociais e do sistema eleitoral sobre as chances das mulheres nas eleições e suas interações com as cotas. **Dados** – Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, v. 50, n. 3, p. 535-577, 2007

BAKER, A. Reexamining the gender implications of campaign finance reform: how higher ceilings on individual donations disproportionately impact female candidates. **The Modern American**, n. II-3, p. 18-23, December 2006.

BURNS, N.; SCHLOZMAN, K. L.; VERBA, S. The public consequences of private inequality: family life and citizen participation. **The American Political Science Review**, v. 91, n. 2, p. 373-389, Jun. 1997.

BURREL, B. Women's and men's campaigns for the U.S. House of Representatives, 1972-1982: a financial gap. **American Politics Quarterly**, v. 13, n. 3, p. 251-272, July 1985.

COFFÉ, H.; BOLZENDAHL, C. Same game, different rules? Gender differences in political participation. **Sex Roles**, n. 62, p. 318-333, 2010

CRESPIN, M. H.; DEITZ, J. L. If you can't join 'em, beat 'em: the gender gap in individual donations to congressional candidates. **Political Research Quarterly**, v. 63, n. 3, p. 581-593, September 2010.

FOX, R. L. **Gender dynamics in congressional elections**. Oaks, CA: Sage, 1997.

JENKINS, S. A woman's work is never done? Fund-raising perception and effort among female state legislative candidates. **Political Research Quarterly**, v. 60, n. 2, p. 230-239, June 2007.

KAISLER, C. M. **Soft money and the electoral success of women candidates for the U.S. House of Representatives**. Illinois Wesleyan University. Honors Projects. Paper 19, 2003.

KROOK, M. L. Why are fewer women than men elected? Gender and the dynamics of candidate selection. **Political Studies Review**, v. 8, n. 2, p. 155-168, 2010.

OKIN, S. M. **Justice, gender, and the family**. New York: Basic Books, 1989.

PHILLIPS, A. **Engendering democracy**. University Park: The Pennsylvania State University Press, 1991.

SACCHET, T. Capital social, gênero e representação política no Brasil. **Opinião Pública**, Campinas, v. 15, n. 2, p.306-332, nov. 2009.

SCHLOZMAN, K. L.; Burns, N.; Verba, S. Gender and the pathways to participation: the role of resources. **The Journal of Politics**, v. 56, n. 4, p. 963-990, November 1994.

UHLANER, C. J.; SCHLOZMAN, K. L. Candidate gender and congressional campaign receipts. **The Journal of Politics**, v. 48, n. 1, p. 30-50, February 1986.

WILHITE, A. Political parties, campaign contributions and discrimination. **Public Choice**, v. 58, n. 1.088, p.259-268.

As eleições presidenciais de 2010: candidatas mulheres ou mulheres candidatas?*

Céli Regina Jardim Pinto**

Analisando os programas eleitorais, os *sites* e *blogs*, os programas de governo e as manifestações de apoio às duas candidatas à Presidência da República nas eleições de 2010, é difícil encontrar menções ao simples fato de estas candidaturas serem de mulheres, o que, afinal, era a maior novidade eleitoral de 2010, principalmente em país como o Brasil, onde os índices de participação da mulher na política estão entre os mais baixos no mundo ocidental.

Uma hipótese plausível é a de que a ausência, na campanha eleitoral, de qualquer menção ao fato de estas candidatas serem mulheres está diretamente ligada à dificuldade das mulheres de serem eleitas, daí que todas as qualidades das candidatas apontadas para mostrá-las como políticas competentes não associavam ao gênero qualquer qualificação ou marca especial.

Esta hipótese pode ser dividida em duas sub-hipóteses. A primeira é de que as candidatas não se identificavam como mulheres, não consideravam que a condição das mulheres no Brasil necessita de mudanças importantes e, por isso, não articularam nos seus discursos temas relacionados ao gênero. A segunda refere-se ao fato de que ser mulher não contou nem positiva, nem negativamente na campanha ou nas escolhas dos eleitores. Havia inclusive um silêncio exagerado a respeito disso. O Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, entrevistou os principais candidatos separadamente. Nas entrevistas de Dilma (8 de agosto de 2010) e Marina (9 de agosto de 2010), não houve por parte nem dos âncoras do telejornal, nem das candidatas nenhuma menção a gênero. Sendo este

---

* Este trabalho contou com a dedicada colaboração dos bolsistas de pesquisa Gabriela Busatto e João da Cruz.

** Doutora em Ciência Política – Universidade de Essex 1986. Professora do Departamento de História da UFRGS.

um dos programas de maior audiência da televisão brasileira e, portanto, uma grande oportunidade para os candidatos exporem suas posições por 12 minutos, a ausência do tema é muito carregada de sentido.

Este artigo está dividido em três partes. Na primeira, é apresentado um breve relato de duas manifestações de Dilma Rousseff já eleita presidente da República e tem como objetivo afastar da discussão a primeira sub-hipótese. Já as outras duas partes tratarão da segunda sub-hipótese. Para tanto, utiliza-se um conjunto de materiais de propaganda variados para analisar o tipo de mensagem passada para os eleitores pelas duas candidatas. São feitas algumas comparações com o candidato José Serra, por este estar disputando a Presidência no mesmo nível das duas mulheres, ou seja, com chances reais de chegar ao 2º turno. Os materiais utilizados são biografias apresentadas nos *blogs*, manifestações de apoiadores e programas de governo. Na última parte deste artigo, trabalha-se exclusivamente com o material dos grupos focais realizados pelo Consórcio Bertha Lutz em setembro, antes do 1º turno, e em outubro, entre o 1º e o 2º turnos.

Dispensando uma sub-hipótese

Na noite de 31 de outubro de 2010, a candidata Dilma Rousseff foi proclamada pelas urnas presidente da República, com 56% dos votos. Até então ela que não havia falado, em nenhum momento da campanha, em sua condição de mulher, no entanto, começou seu discurso de reconhecimento da vitória da seguinte forma:

> Minhas amigas e meus amigos de todo o Brasil, é imensa a minha alegria de estar aqui.
> Recebi hoje de milhões de brasileiras e brasileiros a missão mais importante de minha vida.
> Este fato, para além de minha pessoa, é uma demonstração do avanço democrático do nosso país: pela primeira vez uma mulher presidirá o Brasil. Já registro portanto aqui meu primeiro compromisso após a eleição: honrar as mulheres brasileiras, para que este fato, até hoje inédito, se transforme num evento natural.[1]

O discurso inaugural começa por um tema muito caro para um país que viveu longos anos de ditadura: o avanço da democracia, que pode ser associado a um leque de temas que estão circulando no cenário político nacional e internacional. Entretanto, a candidata eleita escolheu um

[1] Disponível em: <www.zerohora.clicrbs.com.br/zerohora>. Acesso em: 15 jan. 2011.

assunto bem específico: o avanço da democracia revela-se na eleição de uma mulher para presidente da República. E, na continuação do pronunciamento, Dilma se compromete em transformar o que foi exceção em uma regra e não só na política:

> E que ele possa se repetir e se ampliar nas empresas, nas instituições civis, nas entidades representativas de toda nossa sociedade. A igualdade de oportunidades para homens e mulheres é um princípio essencial da democracia.[2]

O mesmo acontece no seu discurso de posse, no Congresso Nacional, em 1° de janeiro de 2011:

> Sei, também, como é aparente a suavidade da seda verde-amarela da faixa presidencial, pois ela traz consigo uma enorme responsabilidade perante a nação.
> Para assumi-la, tenho comigo a força e o exemplo da mulher brasileira. Abro meu coração para receber, neste momento, uma centelha de sua imensa energia.
> E sei que meu mandato deve incluir a tradução mais generosa desta ousadia do voto popular que, após levar à presidência um homem do povo, decide convocar uma mulher para dirigir os destinos do país.
> Venho para abrir portas para que muitas outras mulheres também possam, no futuro, ser presidenta; e para que – no dia de hoje – todas as brasileiras sintam o orgulho e a alegria de ser mulher.
> Não venho para enaltecer a minha biografia; mas para glorificar a vida de cada mulher brasileira. Meu compromisso supremo é honrar as mulheres, proteger os mais frágeis e governar para todos![3]

Na manifestação da posse, Dilma politiza sua condição de mulher de forma muito clara, relacionando a condição de mulher eleita presidente à eleição de Lula, um homem do povo. Ela invoca o eleitorado que votou em uma mulher e chama para si a responsabilidade de transformar a situação de exclusão da mulher no país, fazendo uma relação entre as mulheres e os mais frágeis. Esta é a mesma Dilma que nunca falou para as mulheres durante a campanha eleitoral.

Não é o foco deste artigo analisar como a presidenta Dilma tem tratado a questão da mulher nos primeiros meses de seu governo. O propósito, ao se comentarem estas duas primeiras manifestações, é chamar a atenção

---

[2] Disponível em: <www.zerohora.clicrbs.com.br/zerohora>. Acesso em: 13 jan. 2011.
[3] Disponível em: <www1.folha.uol.com.br>. Acesso em: 13 jan. 2011.

para o fato de que Dilma colocou, como ponto central, sua condição de mulher e a condição das mulheres brasileiras.

Portanto, pode-se dispensar a primeira sub-hipótese e passar para a segunda, que será discutida a seguir.

Fragmentos de uma campanha[4]

As biografias nos sites

Nas eleições de 2010, a Internet apareceu como a grande novidade. Os analistas estavam curiosos para acompanhar esta mídia, que permite uma instantânea interatividade, proporcionando, em tese, o aparecimento de temas novos e mais polêmicos. As expectativas em relação à Internet estavam muito calcadas na experiência da eleição de Barak Obama, nos Estados Unidos, onde a rede se mostrou como um formidável canal de propaganda e arrecadação de recursos. Entretanto, nada disso aconteceu no Brasil. Os três candidatos com reais chances de se elegerem, Dilma, Serra e Marina, construíram *sites* oficiais muito à semelhança de seus programas de TV. Até mesmo os *blogs* de apoiadores ficaram longe de usar as potencialidades da rede.

Foram acompanhados, para coleta de informações referentes ao 1º turno, os *sites* oficiais desses três candidatos à Presidência da Republica e os *blogs* de Marina Silva e Dilma Rousseff (José Serra não teve *blog* e sua página oficial esteve várias vezes fora do ar). Para o 2º turno, realizou-se o mesmo procedimento para os dois candidatos concorrentes. O acompanhamento das páginas foi diário, com especial preocupação em relação às biografias, que apresentavam material mais bem elaborado e cuidado. Os conteúdos dos *sites* se renovavam muito lentamente e a maioria referia-se a notícias de campanha já publicadas em outra mídia, vídeos dos candidatos em debates, no programa eleitoral gratuito, em entrevistas em canais abertos de TV e resultados de pesquisas realizadas pelos diversos institutos ao longo campanha.[5]

Nos *sites* oficiais dos candidatos, o item mais bem elaborado foi o da sua biografia. A maneira como a história de vida foi apresentada pelos três principais candidatos é reveladora: há muito pouca diferença entre eles,

---

[4] Neste texto, não será analisado o Programa Eleitoral Gratuito de Televisão, abordado em outro artigo deste livro.

[5] Foi organizado um banco de dados com acompanhamento de três dias por semana dos *sites* oficiais dos três principais candidatos. Os dados foram computados em Excel. Paralelamente, foram trabalhados alguns *blogs*, mas sem a mesma sistematização.

tanto na forma como no conteúdo. Aparecem muitas fotos, muitos textos em *off* e alguns vídeos. Uma primeira constatação na análise deste material é a ausência de qualquer referência sobre "a novidade" de candidaturas de mulheres à Presidência da República e de temas que digam respeito especificamente às lutas das mulheres nas últimas décadas. Considerando--se as fotos e os textos em *off*, é possível verificar o quanto as campanhas foram tradicionais. A Tabela 1 apresenta a quantidade de fotos encontradas nos *sites* oficiais, relacionadas às biografias dos três candidatos.

Tabela 1
Fotos referentes às biografias dos três principais candidatos à Presidência da República constantes nos *sites* oficiais – 2010

Fotos	Dilma	Marina	Serra
Infância			
Com família/amigos/escola/só	1	-	5
Juventude			
Sozinho	-	-	2
Em manifestações	-	-	5
Outras	-	1	4
Vida adulta			
Com a família	-	-	9
Na vida pública	6	2	50
Personagens			
Candidato	7	3	75
Familiares	3	-	11
Antigos professores	-	-	3
Amigos/correligionários	-	1	16
Com Lula	4	-	-
Outros políticos	2	1	9
Apoiadores	1	1	18
Populares	1	-	11
Local			
Close/estúdio	1	-	6
Casa do candidato	1	-	7
Comitê político	1	-	-
Rua/escolas	-	1	22
Eventos	4	-	41
Total	**32**	**10**	294

Fonte: <www.dilma.org.br> (acessado em 13/09//2010), <www.marinasilva.org.br> (acessado em 08/09/2010) e <www.joseserra.org.br> (acessado em 22/09/2010).

Dois aspectos chamam particularmente a atenção neste quadro. O primeiro refere-se ao elevado número de fotos do candidato Serra. Sem dúvida, Serra tem uma vida política mais longa, o que justificaria mais oportunidades para ser fotografado, mas, mesmo assim, a grande diferença só poderia se justificar se os *sites* tivessem sido organizados de formas muito distintas um do outro, o que não ocorreu. Porém, há um segundo

aspecto que é ainda mais revelador: as fotos dos três candidatos repetem um mesmo padrão, não existindo nenhuma situação nova ou alguma ênfase nas fotos de Dilma e Marina que as distinguisse de Serra. A única originalidade são as fotos de Dilma com Lula, que reafirmam a centralidade do então presidente da República na campanha. É muito forte na campanha de Serra a ideia de que ele é mais experiente, mais capaz de resolver os problemas do Brasil. Há, entretanto, muito cuidado em nunca associar a falta de experiência das outras duas candidatas à condição de ser mulheres.

O que surpreende, todavia, é o fato de as candidatas Dilma e Marina não terem usado o mesmo tipo de estratégia, pois qualquer uma das duas poderia prover o site de um grande número de fotos de sua vida pública. Observou-se, também, um número bastante expressivo de textos associados às biografias dos candidatos.

Tabela 2
Temas principais presentes em textos em *off* constantes nos *sites* oficiais dos três principais candidatos à Presidência – 2010

Temas	Dilma	Marina	Serra
Qualidades pessoais do candidato	6	4	4
História de vida (infância/adolescência)	2	1	2
História de vida adulta	4	1	2
História da família	2	-	4
História da vida política	6	5	4
Realizações como político	3	2	2
Crítica a governos passados	3	1	2
Elogios a governos passados ou ao atual	3	1	1
Saúde	-	-	1
Educação	1	2	1
Educação pública	1	-	1
Universidade	1	-	2
Ciência e tecnologia	-	1	-
Qualificação profissional	-	2	-
Habitação	1	1	-
Emprego	1	1	-
Políticas sociais	1	2	-
Transporte e infraestrutura de estradas	-	-	1
Infraestrutura energética	3	-	-
PAC	1	-	-
Pré-sal	2	-	-
Desenvolvimento econômico	1	2	-
Família	1	3	3
Assistência social	-	1	-
Desigualdade de gênero	-	1	-
Democracia	-	2	-
Participação política	2	1	-

Fonte: <www.dilma.org.br> (acessado em 13/09//2010), <www.marinasilva.org.br> (acessado em 08/09/2010) e <www.joseserra.org.br> (acessado em 22/09/2010).

Assim como nas fotos, os textos são muito semelhantes entre si. Observou-se uma concentração de informações sobre os candidatos e poucas referências a propostas ou à discussão de temas sociais e econômicos. A candidata da situação, Dilma, focaliza em alguns temas do governo Lula, como o pré-sal e o PAC. Porém, o que mais chama a atenção é a total ausência dos temas sobre direitos, tais como direitos das crianças, diretos dos idosos, maternidade, direitos da mulher, violência contra a mulher, direitos dos homossexuais, entre outros. As biografias, portanto, foram apresentadas nos *sites* de forma muito tradicional, com dados muito simples.

Os apoiadores

Durante a campanha eleitoral, um momento especialmente importante nos *sites* das candidatas mulheres correspondeu às manifestações de apoio por parte de pessoas públicas não políticas e com grande popularidade. Tanto as manifestações de apoio a Dilma como a Marina foram gravadas em grandes eventos e reproduzidas nos *sites*, *blogs* e propaganda eleitoral gratuita na TV

Os apoiadores de Marina são monocórdios. Todos aparecem no *blog* “Movimento Marina”. Gilberto Gil afirma: “Eu estou aqui para me juntar a vocês. Sou batalhador pelas candidaturas que vão se espalhando. Candidaturas verdes”. Fernando Meireles diz: “O que me aproximou foi a questão central dela que é a sustentabilidade, o planeta está totalmente em risco. Daqui 50 anos a vida vai ficar muito complicada”. Adriana Calcanhoto (cantando): “Gente, Marina é presidente. Ela é Silva; ela é Selva”. Maria Bethania: “A filha da floresta vem aí. Eu quero ter a alegria de votar na floresta amazônica, coração no meio da selva”. Lenine: “Eu acho extremante revelador de ter um perfil que a Marina tem, sendo quem é , vindo de onde vem”. Arnaldo Antunes: “Marina eu sou mais um, estou com você”.[6]

Nas manifestações dos apoiadores de Marina não há referências ao fato dela ser mulher, ou mesmo à sua trajetória política ou aos seus projetos de governo. A grande qualidade – e parece que única para os apoiadores – é a sua ligação com o tema do ambiente.

Dilma também parece condenada a um tema único por parte de seus apoiadores: a continuidade do governo Lula. Qualquer qualidade atribuída a ela é associada à capacidade de ser seguidora de Lula. O depoimento

[6] Disponível em: <www.movimentomarinasilva.org.br>. Acesso em: 19 set. 2010.

de Chico Buarque é paradigmático: "Já passou por tudo, não tem medo de nada, muito corajosa. Conhece o Brasil a fundo e tem grande sensibilidade social. Vai seguir o governo de Lula". Os demais praticamente se limitam a enfatizar a continuidade. Chico Cesar afirma: "O Brasil precisa continuar mudando... Começou com Lula que sofreu campanha difamatória antes de assumir como acontece com Dilma". Leonardo Boff: "Eu vou votar em Dilma porque ela é garantia de continuidade das mudanças começadas por Lula". Alceu Valença: "Eu conheço o programa de Dilma que é a continuidade do Lula e acho salutar". Silvia Buarque: "Sou Dilma porque eu estou com o governo do PT. Eu tenho uma enorme admiração pelo que ela e o presidente Lula fizeram no governo". Osmar Prado: "Vai avançar avanços desenvolvidos pelo governo Lula". Ziraldo: "Brasileiro sabe, não se muda time que está ganhando". Todas estas manifestações, que foram feitas em um evento de artistas e intelectuais largamente divulgado, causam forte impressão pela ausência de qualidades, tanto políticas como de caráter, atribuídas à candidata. Ela era apenas a garantia da política desenvolvida por Lula.

Mesmo assim, houve vozes dissonantes neste evento – de três mulheres e um homem, por coincidência todos cantores e afro-brasileiros. Margareth Menezes é muito afirmativa em seu depoimento: "Dilma representa a competência da mulher brasileira. Eu me sinto recompensada. É a voz da mulher, a gente não pode perder esta possibilidade." Lea Itamaraca reafirma: "Mulher competente, mulher guerreira, o que se precisa é de uma presidente mulher". Alcione: "Nós precisamos de mulheres assim, de fibra, amor, boa vontade. Ela não precisa prometer porque ela já está fazendo". Finalmente, Martinho da Vila afirma: "Como diz o Lula nunca antes neste país... Já fizemos uma revolução neste país colocando um operário presidente, agora vamos colocar uma mulher". Estes últimos depoimentos representam um corte bem claro em relação aos anteriores, pois, além de serem de pessoas com um perfil mais popular, não falam de Lula, mas sim das qualidades de Dilma e, neste contexto, o fato de ser mulher é enfatizado.

Os programas de governo dos candidatos

Foram procurados, nos *sites*, os programas de governo das candidatas, os quais se caracterizaram como peças ausentes na propaganda eleitoral e praticamente escondidas nessas páginas da Internet. A intenção dessa pesquisa era verificar se a ausência do tema mulher também acontecia nesse material. O programa da Marina é o mais cuidadosamente elaborado,

sob o título "Juntos pelo Brasil que queremos", e apresenta uma forte influência do discurso ambientalista internacional. Todos os temas são tratados a partir da perspectiva do meio ambiente. Apesar de haver uma variedade de assuntos, nas 32 páginas que o compõem, a palavra mulher aparece uma única vez e associada ao que é chamado de público específico:

> Os Conselhos de Políticas para as Mulheres e da Juventude, as Conferências de Direitos Humanos e de LGBT são exemplos de instrumentos na luta contra a discriminação e na melhoria da elaboração de políticas para públicos específicos.[7]

O programa de Dilma, bem menos elaborado do que o de Marina na sua estrutura, tem como título "Diretrizes do Programa 2011/2014" e elenca 79 itens organizados em subtítulos, entre os quais há um específico para as mulheres, contando com sete itens e cobrindo os principais temas das lutas feministas: independência econômica; fortalecimento da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres; combate à violência contra as mulheres; promoção da saúde da mulher; e garantia de participação da mulher na política por meio da reforma política. A presença, no programa de governo, deste conjunto muito bem articulado de questões relacionadas aos direitos das mulheres não resultou, entretanto, na participação destes temas na campanha política.[8]

Em suma, o que fica bastante claro na análise dos *sites*, das manifestações de apoiadores e dos programas dos candidatos é que as campanhas das duas mulheres à Presidência da República foram bastante conservadoras no que concerne tanto à forma como ao conteúdo. Não se está aqui fazendo uma avaliação ideológica, mas sim apontando para a ausência de temas inovadores, tanto pela própria novidade de as candidatas serem mulheres, como pelo amadurecimento da democracia brasileira, que, em tese, permitiria discutir temas mais delicados, como novos direitos, questões de redistribuição e de reconhecimento. Porém, o que se observa é uma grande tendência para a aproximação das propostas. Mesmo Marina Silva não conseguiu articular uma nova percepção da política a partir do ambientalismo, mas, em lugar disso, reduziu a política ao ambientalismo.

---

[7] Juntos pelo Brasil que queremos, p. 20. Disponível em: <www.marinasilva.org.br>. Acesso em: 30 set. 2010.

[8] Diretrizes do Programa 2011/2014. Disponível em: <www.dilma.org.br>. Acesso em: 30 set. 2010.

A voz dos eleitores

Nesta parte do artigo trabalha-se com um conjunto de grupos focais realizados antes do 1º turno e entre o 1º e o 2º turnos das eleições. Foram realizadas 16 sessões em Salvador e no município de São Paulo.[9] Em cada cidade e em cada momento eleitoral, os grupos foram organizados por idade e sexo com intenções eleitorais variadas. A análise deste material partiu de três grupos de questões: atributos positivos e negativos das mulheres, em geral, para participarem da política; atributos positivos e negativos de Marina como candidata à Presidência da República; e atributos positivos e negativos de Dilma como candidata à Presidência da República. Em relação à candidatura Marina, utilizaram-se apenas os grupos organizados antes do 1º turno. Para melhor visualizar as diversas opiniões, foram elaborados quadros sínteses a partir das expressões dos participantes, separados por sexo, visando avaliar as diferenças e semelhanças de percepções de homens e mulheres em relação à participação das mulheres, em geral, na política e das duas candidatas em tela.

Atributos das mulheres, em geral, para participarem da política

Quadro 1
Atributos positivos da mulher para participar da política, mencionados pelos homens participantes dos grupos, segundo faixa etária (1º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29 anos	**45-60 anos**	**18-29 anos**	**45-60 anos**
Menos agressiva; pensa diferente; mais tranquilidade; mais paciência; até mais responsável; mais organizada; tem poder; é mais correta; tem simpatia; é mais sentimental; mais calma.	É mais mãe; tem um monte de saída a oferecer; é mais maleável; sabe administrar conflitos; raciocina com o cérebro e com o coração; mais emocional.	Mais política; economiza mais; independente.	Sensibilidade; simples; humilde; mais intelectual; mais educada; mais capacidade de ouvir, de transformar; senso de organização; mais resistente à dor.

Fonte: Grupos focais realizados em 09/09/2010 (São Paulo) e 13 e 15/09/2010 (Salvador).

[9] Foram realizados 16 grupos focais, oito antes do 1º turno e oito entre o 1º e o 2º turnos. Em cada um destes momentos, foram feitos quatro grupos em São Paulo e quatro em Salvador, sendo dois compostos por homens (um na faixa etária de 18 a 29 anos e outro na de 45 a 60 anos) e dois formados por mulheres (naquelas mesmas faixas etárias). Em todos os grupos havia eleitores de candidatos variados.

Quadro 2
Atributos positivos da mulher para participar da política, mencionados pelas mulheres participantes dos grupos, segundo faixa etária (1º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29 anos	45-60 anos	18-29 anos	45-60 anos
É mais coração; fala de sentimentos; força para lutar; mais racional; instinto maternal; consegue tudo falando.	Observa mais; mais atenciosa, mais cautelosa; chefe mulher é um espetáculo; mais compreensiva; sempre mais exigente; guerreira; pensa duas vezes antes de gastar dinheiro; mais independente.	Maioria na universidade; às vezes é mais organizada; não vai se envolver em corrupção; mais flexível.	Mais meiga, sensível; é mais emocional; é mais compreensiva; é mais contente; dá mais atenção; mais inteligente; mãe – mais protetora; mais preparada; a mulher consegue; mais habilidosa.

Fonte: Grupos focais realizados em 10/09/2010 (São Paulo) e 14/09/2010 (Salvador).

Quadro 3
Atributos positivos da mulher para participar da política, mencionados pelos homens participantes dos grupos, segundo faixa etária (2º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29 anos	45-60 anos	18-29 anos	45-60 anos
Detalhista; mais organizada; sabe lidar melhor; quando faz, faz melhor que o homem; ponto de vista mais amplo; mais capacitada.	Mais confiável, mais idônea; enxerga melhor que o homem; mais honesta; visão mais globalizada; instinto materno; muito intuitiva, personalidade forte.	Dom da proteção; personalidade forte; pode assumir o poder; tem de ser guerreira.	Destaque na área executiva.

Fonte: Grupos focais realizados em 20/10/2010 (São Paulo) e 26/10/2010 (Salvador).

Quadro 4
Atributos positivos da mulher para participar da política, mencionados pelas mulheres participantes dos grupos, segundo faixa etária (2º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29 anos	45-60 anos	18-29 anos	45-60 anos
Segurança; a mulher é muito sensível; detalhista; administra melhor que o homem.	Mais detalhista; vai com mais afinco, com fé; tem mais coração; se põe no lugar do outro; tem carinho pelo ser humano; com uma mulher na liderança as coisas funcionam melhor; ela cabe em todas as áreas.	Com jeitinho domina o homem; sedução; lado materno aquela coisa de cuidar; mais sensível.	O carinho da mulher é verdadeiro; a mulher batalha mais, tem mais garra, mais coragem; equilibrada, é menos radical; mais organizada.

Fonte: Grupos focais realizados em 21/10/2010 (São Paulo) e 27/10/2010 (Salvador).

Nos Quadros apresentados, fica evidenciado que não existe nenhum tipo de característica positiva feminina que particularize a opinião de um grupo, segundo sexo, idade ou região. Há duas grandes linhas de pensamento em relação às mulheres e suas qualidades: uma que enfatiza o lado mãe, associado ao cuidado, às emoções e à sensibilidade; e outra referente à competência, que não está associada a qualidades adquiridas na educação ou na experiência profissional, aparecendo quase como um dom – "ela é mais organizada, mais detalhista, mais corajosa, observa mais". É interessante também verificar que, apesar de duas mulheres terem tido muito êxito no 1º turno das eleições, não houve mudança significativa na forma de pensar as qualidades das mulheres, que estão muito mais associadas a um senso comum incorporado do que aos resultados das eleições.

Os Quadros a seguir trazem os atributos negativos da mulher, em geral, para participar da política, segundo estes mesmos grupos.

Quadro 5
Atributos negativos da mulher para participar da política, mencionados pelos homens participantes dos grupos, segundo faixa etária (1º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29 anos	**45-60 anos**	**18-29 anos**	**45-60 anos**
Elas chamam menos atenção; se prejudica pelo lado emocional; não tem voz; competem entre si; não acreditam nelas mesmas.	Não são amigas entre elas; compradora; mulher não apoia mulher.	Consumista.	Fofoqueiras; mais seguro confiar em um homem.

Fonte: Grupos focais realizados em 09/09/2010 (São Paulo) e 13 e 15/09/2010 (Salvador).

Quadro 6
Atributos negativos da mulher para participar da política, mencionados pelas mulheres participantes dos grupos, segundo faixa etária (1º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29 anos	**45-60 anos**	**18-29 anos**	**45-60 anos**
Competem entre si; competitiva; fala demais; não tem histórico para ser votada.	A mulher está muito fácil; se jogam por cima; na presidência não daria certo; mulher passa rasteira em mulher; é falsa; é mais frágil; não dá certo em política.	-	Mulher é uma falsidade.

Fonte: Grupos focais realizados em 10/09/2010 (São Paulo) e 14/09/2010 (Salvador).

Quadro 7
Atributos negativos da mulher para participar da política, mencionados pelos homens participantes dos grupos, segundo faixa etária (2º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29 anos	**45-60 anos**	**18-29 anos**	**45-60 anos**
Faltam mulheres capacitadas; não tem interesse; Presidência não é cargo para mulher.	Também se corrompe; pouca experiência; chega na política por nepotismo; qualidades das mulheres, tudo ilusão; a maioria é filha ou tia (de político).	É levada pelo líder.	Não tem interesse em política; a mulher precisa do homem que é quem tem dinheiro; engravida; dependente do marido; fixada no lar; política é coisa acirrada e a mulher é acostumada a estudar.

Fonte: Grupos focais realizados em 10 e 20/10/2010 (São Paulo) e 26/10/2010 (Salvador).

Quadro 8
Atributos negativos da mulher para participar da política, mencionados pelas mulheres participantes dos grupos, segundo faixa etária (2º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29anos	**45-60 anos**	**18-29 anos**	**45-60 anos**
Mulher quando vira a cabeça fica meio fragilizada; sendo vista como o sexo frágil atrapalha um pouco; todo mundo pensa que ela não vai conseguir.	Tem pouco interesse em política; eu acho que ela ainda não tem capacidade; ela vem daquele estereótipo de mulher; a mulher não está preparada.	As mulheres têm 300 filhos para ter bolsa família; é acomodada; tem o risco da emoção que as mulheres carregam; é um pouco submissa.	A mulher vai para se vulgarizar, queimar nossa imagem.

Fonte: Grupos focais realizados em 21/10/2010 (São Paulo) e 27/10/2010 (Salvador).

Observa-se que as ideias preconcebidas sobre as mulheres não são privilégio de um ou outro sexo, mas há diferenças quanto às qualificações. No discurso de ambos, identifica-se a falta de preparo das mulheres para cargos políticos, assim como a ideia de que as mulheres são falsas. Entretanto, é interessante notar que as qualificações negativas de ordem moral foram colocadas pelas mulheres e não pelos homens, tais como “a mulher está muito fácil” ou “a mulher quando vira a cabeça” ou ainda “vai para se vulgarizar”. Verifica-se, na fala dos homens, a identificação da mulher como dependente do marido. Novamente aqui não ocorre mudança de opinião após o 1º turno.

Atributos associados às candidatas à Presidência da República (1º turno)

Quadro 9
Atributos positivos associados a Marina Silva como candidata à Presidência da República, mencionados pelos homens participantes dos grupos, segundo faixa etária (1º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29 anos	**45-60 anos**	**18-29 anos**	**45-60 anos**
Totalmente economista, planejadora, muito elegante; nasceu no Acre, lutou a vida inteira; liderança; é simples; reservada; expõe os projetos dela; tem carisma.	Batalhadora, seringueira; ela não faz o que o partido manda ela dizer; simples; digna; tem força; é muito povo.	É mais comunicativa; mais espontânea, mais política; se impõe mais; se comunica melhor; analisa mais as coisas.	Competente; guerreira; inteligente; vem de baixo; poderio (sic) de liderança poderio (sic) de equilíbrio.

Fonte: Grupos focais realizados em 09/09/2010 (São Paulo) e 13 e 15/09/2010 (Salvador).

Quadro 10
Atributos positivos associados a Marina Silva como candidata à Presidência da República, mencionados pelas mulheres participantes dos grupos, segundo faixa etária (1º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29 anos	**45-60 anos**	**18-29 anos**	**45-60 anos**
Inteligente; trabalho para o meio ambiente; tem mais vontade de fazer a diferença.	Muito inteligente.	Determinação; garra; passa seriedade.	Inteligente; muito batalhadora, sofrida; vem de um Estado pobre.

Fonte: Grupos focais realizados em 10/09/2010 (São Paulo) e 14/09/2010 (Salvador).

A partir desses dois Quadros, é possível identificar três características atribuídas a Marina tanto pelos homens como pelas mulheres: competência (inteligência); garra; e origem humilde (vencedora). Se comparadas estas características com as que os mesmos depoentes indicaram para as mulheres, em geral, percebe-se que não há correspondência. Nenhum dos aspectos positivos da candidata pode ser associado ao fato dela ser mulher. Vejamos como isto se comporta quando os atributos são negativos.

Quadro 11
Atributos negativos associados a Marina Silva como candidata à Presidência da República, mencionados pelos homens participantes dos grupos, segundo faixa etária (1º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29 anos	**45-60 anos**	**18-29 anos**	**45-60 anos**
Não tem partido; jeito de boazinha; precisava mostrar mais força.	-	-	Errou ao sair do PT; radical.

Fonte: Grupos focais realizados em 09/09/2010 (São Paulo) e 13 e 15/09/2010 (Salvador).

Quadro 12
Atributos negativos associados a Marina Silva como candidata à Presidência da República, mencionados pelas mulheres participantes dos grupos, segundo faixa etária (1º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29 anos	**45-60 anos**	**18-29 anos**	**45-60 anos**
Não passa confiança; bobinha; quer passar que é honesta, humilde; não passa credibilidade, nem confiança; não acho que ela tenha capacidade ainda para ser presidente.	Coitada, está morta; está meio apagada; não tem padrinho; ela só fala em meio ambiente; não passa uma coisa forte.	Não teve formação política; não teve educação; passa fragilidade; um pouco mais insegura.	Passa essa coisa de pobreza.

Fonte: Grupos focais realizados em 10/09/2010 (São Paulo) e 14/09/2010 (Salvador).

Também no que se refere aos aspectos negativos, não se encontram, em relação a Marina, atributos que possam ser associados exclusivamente às mulheres. A fragilidade identificada na candidata não é essencialmente ligada à sua condição de mulher, salvo os adjetivos de boazinha e bobinha, estando associada, no geral, à falta de preparo político. Vejamos, a seguir, as opiniões sobre a candidata Dilma.

Quadro 13
Atributos positivos associados a Dilma Rousseff como candidata à Presidência da República, mencionados pelos homens participantes dos grupos, segundo faixa etária (1º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29 anos	**45-60 anos**	**18-29 anos**	**45-60 anos**
Passa interesse; os projetos, a maioria foi ela que fez; ela tem muita força; ela passa confiança.	Uma pessoa forte; força natural; força; foi exilada; ela é espertíssima.	Tem mais confiança; tem mais conhecimento do que está mostrando.	Mais intelectual; pulso forte; amiga do presidente; guerreira; ativista; histórico forte; competente; tem autonomia; é arretada; é mais competente para administrar o país.

Fonte: Grupos focais realizados em 09/09/2010 (São Paulo) e 13 e 15/09/2010 (Salvador).

Quadro 14
Atributos positivos associados a Dilma Rousseff como candidata à Presidência da República, mencionados pelas mulheres participantes dos grupos, segundo faixa etária (1º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29 anos	**45-60 anos**	**18-29 anos**	**45-60 anos**
Guerreira; firme; mais pulso; tem mais vontade; tem mais disposição; tem apoio de alguém muito grande.	É ligeira; passa mais segurança; fala muito forte; muito determinada; tem firmeza; corajosa; é estudada; tem uma carreira; quero confiar muito nela.	Tem garra; determinação; segurança; mostra mais experiência; não se abala com comentários e preconceitos; passa mais força; parece que está sendo mais apoiada; é forte; continuidade.	Passou pela ditadura, vem de uma classe média; uma guerreira; mais impulsiva, mais positiva; fez mais política, vivenciou tortura; passa esperança, determinação; vai dar continuidade ao Lula; não vai ser submissa.

Fonte: Grupos focais realizados em 10/09/2010 (São Paulo) e 14/09/2010 (Salvador).

Há um mesmo discurso que perpassa todas as manifestações de homens e mulheres, de diferentes idades e nas duas cidades: Dilma é uma pessoa forte e corajosa, inteligente e preparada. No 1º turno, apenas em um grupo apareceu a menção direta ao presidente Lula e em nenhuma manifestação foram citadas características apontadas para as mulheres, em geral. Também chama a atenção o fato de que estas qualidades de Dilma estão muito próximas daquelas atribuídas a Marina. Vejamos, ainda no primeiro turno, os atributos negativos associados à candidata Dilma.

Quadro 15
Atributos negativos associados a Dilma Rousseff como candidata à Presidência da República, mencionados pelos homens participantes dos grupos, segundo faixa etária (1º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29 anos	**45-60 anos**	**18-29 anos**	**45-60 anos**
Não confio nela; não passa confiança; se envolveu com grupos de extermínio; era de esquerda; era muito militante; eu não ouvi nenhuma proposta dela; falsa; cruel; arrogante; mau caráter; marionete; o partido manda nela; está se rebaixando; está sendo usada; vai ficar perdida; vai priorizar os corruptos; o Collor está com ela.	Nunca ninguém ouviu falar dela; oportunista; são os outros que vão governar; não tem ideia própria; inexperiente.	Meio assexuada; arrogante, ditadora.	-

Fonte: Grupos focais realizados em 09/09/2010 (São Paulo) e 13 e 15/09/2010 (Salvador).

Quadro 16
Atributos negativos associados a Dilma Rousseff como candidata à Presidência da República, mencionados pelas mulheres participantes dos grupos, segundo faixa etária (1º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29 anos	**45-60 anos**	**18-29 anos**	**45-60 anos**
Marionete; não passa confiança; passa falsidade; está no ombro de Lula.	O presidente está atrás dela fazendo tudo; se Lula não estivesse lá, não estaria na frente.	-	É mais autoritária que o Lula.

Fonte: Grupos focais realizados em 10/09/2010 (São Paulo) e 14/09/2010 (Salvador).

A lista de atributos negativos associados a Dilma, por homens e mulheres, enfatiza sua associação com Lula. Apenas um homem fez referência a atributo relacionado com o sexo (assexuada). A referência a Lula de forma negativa é bastante significativa, pois sua vitória é atribuída, em grande parte, à sua associação ao ex-presidente, o que não foi explicitado nas características positivas atribuídas a Dilma pelos participantes dos grupos, no 1º turno.

Atributos associados à candidata Dilma à Presidência da República (2º turno)

Quadro 17
Atributos positivos associados a Dilma Rousseff como candidata à Presidência da República, mencionados pelos homens participantes dos grupos, segundo faixa etária (2º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29 anos	**45-60 anos**	**18-29 anos**	**45-60 anos**
Continuar o que o Lula começou; boa líder; vai fazer uma ótima política; vai continuar tudo que o Lula fez.	Dilma vai fazer o que Lula está fazendo; confiante que ela vai dar continuidade; foi preparada pelo PT e pelo Lula; focada na educação; Dilma vai ter uma certa continuidade.	Tenho certeza que vai ser uma continuidade; ela vai dar continuidade; um bom governo, um governo de continuidade; governo de prosperidade, quero que ela dê continuidade; vai renovar.	É uma candidata muito firme; ela é mais convincente; vai investir na mulher.

Fonte: Grupos focais realizados em 10 e 20/10/2010 (São Paulo) e 26/10/2010 (Salvador).

Quadro 18
Atributos positivos associados a Dilma Rousseff como candidata à Presidência da República, mencionados pelas mulheres participantes dos grupos, segundo faixa etária (2º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29 anos	**45-60 anos**	**18-29 anos**	**45-60 anos**
É uma mulher organizada; superação; passa uma imagem de certinha, uma imagem de presidente do Brasil; vai favorecer mais as massas; vai continuar mudando; ela tem força dentro de si.	Ela é dura é a continuidade; se preocupa com os pobres.	Passa confiança; é mais espontânea; ela está fazendo campanha para as mulheres.	Muito segura, muito determinada; ela sempre se apresentou impecável; guerreira, até na aparência ela melhorou porque estava horrível; foi presa política, enfrentou várias batalhas; dinâmica e trabalhadora; íntegra, uma mãe de família; para dar continuidade ao trabalho de Lula.

Fonte: Grupos focais realizados em 20/10/2010 (São Paulo) e 26/10/2010 (Salvador).

Quando examinados os atributos positivos associados a Dilma no 1° turno, verifica-se que não há grande distinção entre as opiniões de homens e mulheres, ficando mais evidente a imagem de forte. Já nos grupos que se reuniram depois do 1º turno, esta situação é bastante distinta. A constante presença do presidente Lula na campanha de Dilma, principalmente no horário eleitoral gratuito, parece ter causado mais efeito nos homens do que nas mulheres, se considerados os grupos focais em análise. Praticamente todas as manifestações positivas em relação à candidata, nos grupos formados por homens, referiram-se ao fato de ela ser uma seguidora

de Lula. As mulheres, mesmo com algumas referências à continuidade, focaram muito mais nas qualidades pessoais da candidata, como já haviam feito antes do 1º turno. Nas manifestações das mulheres aparece, inclusive, algo quase nada explorado na campanha de Dilma: o fato dela ser mulher e de poder fazer um governo para as mulheres. Apresentam-se, a seguir, as opiniões negativas sobre Dilma, que apareceram nos grupos às vésperas do 2º turno.

Quadro 19
Atributos negativos associados a Dilma Rousseff como candidata à Presidência da República, mencionados pelos homens participantes dos grupos, segundo faixa etária (2º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29 anos	**45-60 anos**	**18-29 anos**	**45-60 anos**
Ninguém conhece; fizeram o nome dela com dinheiro; vai ganhar por causa do PT e Lula; usa muito o Lula; incoerente.	Não passa tranquilidade, manipulável; tem característica mais do homem; muito masculina; postura totalitária; manipulada pelo PT; muito autoritária.	Insegura, está conseguindo isso porque o Lula fez isto; ruim nos debates; não está ainda preparada; ela já não tem a facilidade que Lula tinha; será a mesma coisa que Lula é apenas uma imagem; uma grande falta de ideias; testa de ferro; só pensa em continuidade; não passa a característica feminina nela.	Prepotente; muito impulsiva; agressiva; impulsiva; ela lembra a ditadura; ela tem cara de ditadora; não fala muito; tem jeito de homem.

Fonte: Grupos realizados em 10 e 20/10/2010 (São Paulo) e 26/10/2010 (Salvador).

Quadro 20
Atributos negativos associados a Dilma Rousseff como candidata à Presidência da República, mencionados pelas mulheres participantes dos grupos, segundo faixa etária (2º turno)

São Paulo		Salvador	
18-29 anos	**45-60 anos**	**18-29 anos**	**45-60 anos**
Ela ficou confusa, com medo (sobre o aborto); ela é frágil, acomodada; não tem aquele poder ousado; ela é muito submissa; a mulher tem cor de salsicha.	Só chegou lá por causa do partido; muito autoritária; eu não sinto uma coisa boa nesta Dilma; eu sinto uma coisa meio falsa; ela sempre foi a sombra de Lula; arrogante, petulante; explosiva; está se escondendo atrás de Lula.	Foi mal amada, não tem marido nem filho; ela é homossexual, ela não tem marido; A Dilma não tem coração; passa muito distanciamento; é contra a questão do aborto; é carrasca, durona; não é carismática; ela é dura e fechada.	Eu não acreditei em nada que ela falava; ela não tem preparo; estava muito arrogante; não tenho simpatia por ela; ela só é indicação do Lula; teve apadrinhagem; pode ter sido manipulada.

Fonte: Grupos realizados em 10 e 20/10/2010 (São Paulo) e 26/10/2010 (Salvador).

Os argumentos contra a candidata Dilma, expressados pelos grupos reunidos antes do 2º turno, são bastante distintos daqueles anteriormente examinados. Verifica-se uma aproximação entre as opiniões dos homens e das mulheres. Dois temas são centrais: a ligação estreita com o presidente Lula e sua condição de mulher. Em relação ao primeiro, ele funciona para os dois lados da equação, isto é, ser associada a Lula é uma característica tanto positiva como negativa. As mulheres, no 1º turno, já haviam apontado negativamente esta associação, mas elas tendem a não associar positivamente, ao contrário dos homens.

Quanto ao segundo tema, referente à condição de mulher de Dilma, verifica-se, nos Quadros apresentados, que apenas no 2º turno aparece forte e negativamente sua condição de gênero. Existe um discurso presente entre os homens e as mulheres que parte de uma mulher ideal para ser presidente da República contrapondo-se a uma não-mulher, que, por isso, não poderia ser presidente da República. Vale chamar a atenção que, tal como na campanha em geral, a presença da questão da mulher foi deixada em um segundo plano nas manifestações dos participantes dos grupos focais e, quando aconteceu, tendeu a ter uma conotação negativa por parte tanto dos homens como das mulheres.

À guisa de conclusão

No início deste texto foi proposta uma hipótese, subdividida em duas sub-hipóteses. Neste momento, à guisa de conclusão, estas são retomadas à luz do material examinado. A primeira sub-hipótese já foi descartada na primeira parte deste trabalho, por meio das palavras da presidenta eleita. Dilma teve claro, desde o primeiro momento de sua eleição, a importância de ser a primeira mulher eleita para o mais alto cargo do país. Entretanto, percorrendo a campanha eleitoral, a pergunta que permanece é a que provocou a hipótese geral: houve um trabalho de apagamento discursivo da condição de mulher de Dilma e Marina porque isso poderia trabalhar contra as candidaturas? A resposta a esta questão admite um sim e um não.

Examinando o material de campanha, pode-se afirmar que houve um apagamento discursivo da condição de mulher na propaganda. Há notícias esparsas de encontros e manifestação de mulheres apoiando as candidatas como mulheres, mas estas nunca foram veiculadas nos *sites* das candidatas. É bastante difícil explicar as razões do apagamento. Parece pouco provável que ele tenha como principal causa o fraco desempenho das mulheres nas eleições legislativas, pois, nesse caso, as especificidades

são muitas e diferenciadas em relação a uma eleição presidencial. Mais provável seria pensar em um temor da associação da mulher com estereótipos de feminista, ou de frágil, o que afastaria um importante contingente de eleitores, por uma ou por outra razão.

Mas, analisando as manifestações dos 16 grupos da pesquisa qualitativa, viu-se que a resposta à segunda parte da hipótese – ou seja, a condição de ser mulher trabalharia contra as candidaturas – é negativa, o que vem a comprovar a segunda sub-hipótese: o fato de ser mulher não contou nem positiva, nem negativamente na campanha ou nas escolhas dos eleitores. As manifestações tanto a favor como contra Dilma e Marina, por parte dos participantes dos grupos focais, não priorizaram sua condição de mulher. Evidente que houve manifestações preconceituosas em relação a isso, mas não ao ponto de se poder afirmar que esta era um condição que definia o voto. Finda-se este texto com um problema, mais do que uma solução: se é verdade que houve um apagamento da condição de mulher na campanha das duas candidatas e se é verdade que o fato de serem mulheres não foi um aspecto considerado na decisão do voto, pergunta-se: o apagamento da condição de mulher das duas candidatas no discurso eleitoral teve como resultado a pouca ênfase dada pelo eleitor a esta condição? Dito de outra forma: enfatizar a condição de mulher na campanha teria sido um risco que poderia ter determinado a derrota de Dilma?

Fontes

Sites e blogs

<www.dilma.org.br>. Acesso em: 13 e 30 set. 2010.

<www.folha.uol.com.br>. Acesso em: 13 jan. 2011.

<www.marinasilva.org.br>. Acesso em 08 e 30 set. 2010.

<www.movimentomarinasilva.org.br>. Acesso em: 19 set. 2010.

<www.joseserra.org.br>. Acesso em: 22 set. 2010.

<www.zerohora.clicrbs.com.br/zerohora>. Acesso em: 13 jan. 2011.

Grupos focais

Grupo São Paulo de homens – 18-29 anos realizado em 09/09/2010

Grupo São Paulo de homens – 45-60 anos realizado em 09/09/2010

Grupo São Paulo de mulheres – 18-29 anos realizado em 10/09/2010

Grupo São Paulo de mulheres – 45-60 anos realizado em 10/09/2010

Grupo Salvador de mulheres – 18-29 anos realizado em 14/09/2010

Grupo Salvador de mulheres – 45-60 anos realizado em 14/09/2010

Grupo Salvador de homens – 18-29 anos realizado em 15/09/2010

Grupo Salvador de homens – 45-60 anos realizado em 13/09/2010

Grupo São Paulo de homens – 18-29 anos realizado em 20/10/2010

Grupo São Paulo de homens – 45-60 anos realizado em 20/10/2010

Grupo São Paulo de mulheres – 18-29 anos realizado em 21/10/2010

Grupo São Paulo de mulheres – 45-60 anos realizado em 21/10/2010

Grupo Salvador de homens – 18-29 anos realizado em 26/10/2010

Grupo Salvador de homens – 45-60 anos realizado em 26/10/2010

Grupo Salvador de mulheres – 18-29 anos realizado em 27/10/2010

Grupo Salvador de mulheres – 45-60 anos realizado em 27/10/2010

Televisão

Rede Globo de Televisão. Jornal Nacional, 8 de agosto de 2010. Disponível em: <www.youtube.com>. Acesso em: 20 jan. 2011.

Rede Globo de Televisão. Jornal Nacional, 9 de agosto de 2010. Disponível em: <www.youtube.com>. Acesso em: 20 jan. 2011.

Mulheres candidatas ao Poder Executivo estadual no processo eleitoral de 2010: perspectiva de gênero?*

Maria Beatriz Nader**
Lívia de Azevedo Silveira Rangel***

No Brasil, ainda são recentes as pesquisas sobre política orientadas pela perspectiva dos estudos de gênero. A explicação primária para tal fato decorre da tradicional consideração social de que este tema é inapropriado para as mulheres. Contudo, após os anos 1970, o campo de estudos de gênero consolidou-se concomitantemente ao fortalecimento do movimento feminista no país, sendo que o conceito de gênero foi incorporado nos debates políticos eleitorais, assim como nas discussões das políticas públicas e dos programas governamentais.

Um rápido olhar sobre a história do movimento feminista, que defende a igualdade de direitos e de *status* entre homens e mulheres, remete aos estudos a respeito do forte impacto que este teve sobre as estruturas econômicas, marcadas pela divisão sexual do trabalho e as imposições dela decorrentes. No que diz respeito à política, apesar de ainda haver uma enorme distância entre homens e mulheres na ocupação do espaço público, mais precisamente nos espaços de poder da política institucional, o movimento feminista emplaca novos elementos à medida que ocorre cada eleição.

À luz de dados históricos e da utilização de informações coletadas em diferentes bancos de dados – Tribunal Superior Eleitoral (TSE), monitora-

---

* Este ensaio contou com a colaboração dos bolsistas do Consórcio Bertha Lutz Alexandre Pereira Faustini e Flávia Santana Rocha, respectivamente, alunos dos cursos de graduação de História e Pedagogia da Universidade Federal do Espírito Santo.

** Doutora em História Social, professora do Programa de Pós-Graduação em História Social das Relações Políticas, da Universidade Federal do Espírito Santo, e integrante da equipe do Consórcio Bertha Lutz.

*** Mestre em História e pesquisadora do Laboratório de Estudos de Gênero – Poder e Violência, do Programa de Pós-Graduação em Historia Social das Relações Políticas, da Universidade Federal do Espírito Santo.

mento do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) e *blogs* e *sites* dos candidatos – este ensaio pretende identificar e mapear os caminhos percorridos pelas mulheres candidatas aos governos estaduais, no processo eleitoral de 2010, com o intuito de viabilizar suas eleições. Para tanto, serão elencados antecedentes históricos da luta feminista pelo acesso à cidadania política, assim como serão discutidas as teorias sociais que elaboraram a noção de gênero e a relação desse conceito com o perfil das candidaturas das mulheres ao Poder Executivo estadual.

Demarcando avanços: antecedentes da luta feminista

Os debates recentes, que geram polêmica e pretendem chamar a atenção para as múltiplas formas de desarticulação e de exclusão das mulheres das instâncias de poder, longe de serem pautas inéditas dos movimentos contemporâneos de mulheres militantes, reforçam e aprimoram reivindicações antigas de feministas que viveram e lutaram por seus direitos políticos, nas primeiras décadas do século XX. Para se ter uma ideia, ao longo dessa trajetória, muitos direitos foram conquistados, marcando a frequência de sucessivos – embora nem sempre estáveis – avanços no cerne das demandas feministas.

São fruto desse período, por exemplo, as leis que garantiram o acesso das mulheres à cidadania política, acrescentando à redação constitucional de 1934 o direito adquirido pelas pessoas do sexo feminino de votar e de se tornarem candidatas aos cargos eletivos. Também é resultado das primeiras ações a favor da igualdade civil e política entre homens e mulheres, a integração de preceitos jurídicos que asseguraram medidas de proteção ao trabalho feminino, como foi o caso da medida, instituída na Constituição de 1946, que afiançou às trabalhadoras gestantes o descanso antes e depois do parto, sem prejuízo do emprego nem do salário. Outras evoluções, no sentido do progressivo reconhecimento dos direitos das mulheres, marcaram as várias reformas da Carta Constitucional brasileira, desde a terceira Constituição Republicana, datada de 1934, até o texto mais recente, promulgado em 1988.

No entanto, e como se sabe, existem inúmeros obstáculos que, comumente, interferem na aplicação efetiva de mudanças, que deveriam sair do papel e penetrar nas práticas sociais. São tais obstáculos que contribuem para afastar as boas expectativas – que antecedem os momentos de aprovação de leis voltadas para a equidade de gênero – das expectativas reais de transformação que essas iniciativas prometem trazer para as condições

de desigualdade em que se debatem as mulheres, seja no dia-a-dia da vida familiar, seja como sujeitos atuantes na esfera pública. A história de conquistas que permeou, portanto, todos esses anos de luta do movimento feminista, no Brasil, acumulou ainda um histórico de insucessos, que explica, em parte, a necessidade atual de reafirmação de direitos e de busca por novas frentes de atuação, com o propósito de gerar maiores oportunidades de acesso das mulheres à política formal.

Muitas questões, hoje, incorporadas às agendas de debates dos movimentos de mulheres e das organizações feministas[1] já haviam pertencido, portanto, mesmo que embrionariamente, à gama de preocupações que orientaram a luta das primeiras feministas no Brasil. Hoje, quando mulheres que ocupam a direção de vários movimentos sociais se organizam para construir bases mais sólidas de participação feminina na vida pública, mais especificamente na política institucional, elas estão, na verdade, se posicionando como herdeiras de uma luta secular, que começou no século XIX, de maneira um tanto desarticulada, e que chegou às gerações de mulheres que viveram plenamente a luta pela igualdade política formal, nas décadas de 1920 e 1930.

Mulheres como Bertha Lutz (líder da Federação Brasileira pelo Progresso Feminino),[2] Carmem Portinho (engenheira e integrante da FBPF) e Carlota Pereira de Queirós (primeira deputada federal e membro da Assembleia Nacional Constituinte que elaborou a Carta de 1934) foram grandes personalidades nesse cenário em transição. Elas estudaram cuidadosamente a elasticidade da mentalidade patriarcal que dominava a sociedade para a qual se dirigiam, de maneira a moldar suas reivindicações e metas às possibilidades daquela época. Dessa forma, o movimento feminista organizado, das primeiras décadas do século XX, concentrou-se, primordialmente, na luta pela emancipação política das mulheres, preven-

[1] Segundo Paul Singer (1981), o movimento de mulheres se distingue do movimento feminista na medida em que o primeiro não coloca em questão o modo como a mulher é inserida no contexto social e suas reivindicações são de evidente interesse para as mulheres enquanto cidadãs e mais especificamente enquanto donas-de-casa. "As lutas contra a carestia ou por escolas, creches etc., assim como por medidas específicas de proteção à mulher que trabalha interessam de perto às mulheres e é possível mesmo considerá-las reivindicações *femininas*", mas não *feministas* (SINGER, 1981, p. 116).

[2] Inaugurada por Bertha Lutz em 1922, a FBPF foi a associação feminista de maior prestígio no Brasil até a instalação da ditadura de Getúlio Vargas, em 1937. Durante esse período, ela pôde desenvolver suas atividades alcançando grande repercussão e um índice de aceitabilidade até então inéditos. Com o amadurecimento de suas principais metas em prol das mulheres, o corpo ideológico e institucional da FBPF incentivou a abertura de filiais por vários Estados brasileiros, como Bahia, Paraíba, Goiás, Rio Grande do Norte, Minas Gerais, São Paulo, Pernambuco, Pará e Espírito Santo.

do, em seguida, desdobramentos que possibilitariam o alcance de uma emancipação que fosse também social e econômica.

Acontece que as representantes do feminismo, nos primórdios do século XX, não lograram total êxito, no sentido de inaugurar dispositivos legais importantes para superar parte das mazelas que conferiam baixas expectativas de autonomia às mulheres, em virtude das condições de subalternidade a que estavam condicionadas. A conquista do voto, por exemplo, incluída no Código Eleitoral de 1932, embora tenha sido comemorada num primeiro momento, não alcançou "escala suficiente para se tornar um fator significativo no panorama político" (SINGER, 1981, p. 112). Nem as diversas medidas de proteção à mulher e, sobretudo, à mãe trabalhadora, idealizadas pela liderança feminista para adentrar na Constituição de 1934, chegaram a ser implementadas nesse momento. Ainda assim, a amplitude dos temas tratados pelo feminismo do entreguerras surpreende aqueles que compreendem esse período apenas do ponto de vista do movimento sufragista.

Para se ter uma breve noção, quando Bertha Lutz, no comando da Federação Brasileira pelo Progresso Feminino (FBPF), lançou ao público, especialmente por meio da imprensa, suas primeiras considerações e objetivos referentes à conquista dos direitos políticos, ela já manifestava certa ansiedade também com relação ao acesso das mulheres à educação de qualidade, ao trabalho com justa remuneração, e sem discriminação por sexo, e às questões assistencialistas de proteção à maternidade e à infância. De qualquer forma, não só dentro da própria FBPF, como também fora dos limites do feminismo organizado, o universo de direitos reivindicados extrapolava a igualdade política no plano formal e adentrava questões que tocavam diretamente formas de injustiças ligadas ao gênero, como a necessidade de "regulamentação e humanização do trabalho feminino" e a "supressão das limitações impostas às mulheres casadas pelo Código Civil" (SOIHET, 2006).

Outras questões, que iam um pouco mais a fundo no debate acerca da opressão de gênero, foram tratadas por representantes do feminismo chamado de esquerda, o qual tendia a manter laços bastante estreitos com os ideários socialista, comunista ou anarquista. Maria Lacerda de Moura e Luce Fabbri foram intelectuais que assumiram posições mais radicais, explorando o tema da dominação feminina nas suas múltiplas variáveis. Suas abordagens problematizavam desde os aspectos que envolviam a reprodução e a sexualidade, passando pela defesa do amor livre, até questões pautadas especificamente nas dificuldades vividas pelas mulheres de baixa renda e no problema da prostituição.

Esses temas, embora tenham gerado certo impacto, ainda eram vistos como inoportunos, e o seu potencial polêmico blindava abordagens mais diretas que atingissem canais mais amplos da opinião pública. O consenso prevalecia ao lado das campanhas pelo sufrágio universal, que se tonificou à medida que o movimento aumentou suas bases de apoio. Assim, e como ocorreu em várias partes do mundo, durante os anos iniciais do século XX, o movimento sufragista brasileiro ganhou fôlego, adquirindo projeção acentuada diante de outras preocupações também ligadas à emancipação das mulheres.

No entanto, todas essas preocupações, que impeliram especialmente as mulheres da elite a buscar soluções práticas para as desigualdades entre os sexos, foram, em suma, as que delinearam o panorama mais amplo das manifestações feministas do início do século passado. Qualquer semelhança com os temas que mobilizam, atualmente, os movimentos feministas e de mulheres não é mera coincidência, mas fruto de um processo de transformação social que demanda soluções em longo prazo, de mudanças de conduta da mulher, do homem, enfim, de toda a sociedade, seja no plano econômico e político, seja no âmbito das relações interpessoais.

Enquanto essa reunião de fatores não intervém para a fundação de uma sociedade mais livre e igualitária, as organizações de mulheres e as entidades feministas, que hoje atuam em várias frentes de mobilização, continuam a reatualizar suas pautas de reivindicação, buscando superar vários problemas históricos que afetam diretamente as mulheres e que, desde os anos 1920 e 1930, vêm sendo assinalados e denunciados pelas feministas como os responsáveis pela tensão e pela hierarquia de gênero.[3] Ainda assim, não há dúvida de que a vitória exponencial das feministas, do início do século XX, foi a conquista dos direitos políticos para as mulheres, ou seja, o seu acesso aos mecanismos de representação direta e indireta no âmbito das decisões políticas.

O triunfo da bandeira sufragista foi o primeiro passo, mas, definitivamente, não foi o último. Hoje, o grande desafio dos movimentos de mulheres com recorte feminista é o de garantir que o princípio legal da igualdade política entre os sexos seja uma experiência vivenciada na prática. Isto porque o que se verifica, nas mais recentes estatísticas, é

[3] Para maiores detalhes sobre os eventos que marcaram as mobilizações feministas nas quatro primeiras décadas do século XX, há uma extensa bibliografia que pode e deve ser consultada. Neste tópico, a discussão pretendeu apenas instigar o leitor a avaliar tanto a continuidade que permeia a trajetória do movimento feminista, no Brasil, quanto a descontinuidade, que também atravessa e ajuda a fragmentar essas experiências de luta.

que as mulheres, independentemente de representarem mais da metade do eleitorado no Brasil, permanecem em minoria absoluta nos espaços formais de poder, seja no Parlamento, seja no Executivo e Judiciário – tanto nas esferas municipal e estadual, quanto na federal. Como aponta o documento intitulado *Plataforma política feminista*,[4] as mulheres também não estão "proporcionalmente representadas nas instâncias de poder dos partidos, onde em geral ocupam as posições menos prestigiadas" (CONFERÊNCIA... 2002, p. 15-16).

Daí a importância de investigar se, paulatinamente, as mulheres estão ingressando nos espaços de poder e de decisão política, se estão ultrapassando as barreiras causadas pela falta de oportunidades e de consciência do seu potencial de atuação como sujeito político e, principalmente, se essas mulheres têm buscado alinhar aos seus roteiros de campanha e à sua trajetória pública uma agenda feminista vinculada às políticas de gênero. Mais especificamente, se esses fatores têm interferido no histórico de candidaturas de mulheres que aspiram ao Poder Executivo estadual, em particular no processo eleitoral 2010.

Teoria social do gênero: articulações críticas

Como se pretendeu mostrar até aqui, muitos avanços foram registrados nesses últimos 77 anos que marcaram as conquistas do voto pelas mulheres e do seu *status* como cidadã elegível nos processos eleitorais. Ao menos com relação à igualdade política em seu plano formal, as conquistas foram asseguradas; também no que diz respeito à igualdade jurídica, certo progresso tornou-se notável após as reformas introduzidas no Código Civil de 1962, que, entre várias modificações importantes, suprimiu "o preceito que considerava a mulher casada relativamente incapaz" (PIMENTEL, 1987, p.15). Além disso, as mulheres têm conquistado, cada vez mais, uma fatia considerável do mercado de trabalho e, atualmente, ocupam a maioria das vagas nas universidades. Entretanto, uma parcela significativa de problemas que afetam particularmente as mulheres continua em aberto. Exemplos disso podem ser recuperados tanto com as inquietações e de-

---

[4] De acordo com Costa (2009), por ocasião da proximidade das eleições 2002, alguns setores do feminismo brasileiro encabeçaram uma atuação conjunta, visando garantir um compromisso por parte dos candidatos com as demandas das mulheres. Os debates travados, em mais de 26 Conferências Estaduais, ocorreram com o objetivo de construir uma Plataforma Política Feminista que pudesse fortalecer a democracia e colaborar na superação das desigualdades de gênero. Segundo essa autora, a Plataforma Política Feminista foi entregue formalmente a todos os candidatos que concorreram às eleições majoritárias e proporcionais. "A partir daí, a plataforma [...] passou a ser também o parâmetro norteador das lutas feministas" (COSTA, 2009, p. 72).

mandas que agitaram o movimento feminista, na década de 1970, quanto numa perspectiva feminista atual, que descende do redirecionamento assumido pelo movimento após a redemocratização do país.

No entanto, para se compreenderem os desafios incorporados ao ressurgimento do movimento feminista, no Brasil, nas últimas quatro décadas, e as novidades em termos de demandas, enfrentamentos e objetivos em face dos movimentos feministas precursores, é preciso delegar atenção ao uso estratégico do conceito de gênero por esses movimentos sociais.

A ideia elaborada por Paul Singer para diferenciar as orientações ideológicas adotadas pelas feministas do passado e pelas feministas contemporâneas, com relação ao papel da mulher na sociedade, pode ajudar a explicitar o potencial subversor e renovador, em termos de superação dos estereótipos de gênero, implicados no posicionamento político dos movimentos de mulheres e das entidades feministas que atuam no cenário atual.

> O feminismo dos anos vinte e trinta enfatiz[ou] a *compatibilidade* entre o desempenho das funções de mãe e esposa e o exercício de atividades políticas e profissionais por parte da mulher. O feminismo atual questiona precisamente a *forma tradicional* de desempenho do papel de esposa e mãe. Não se trata mais de conquistar direitos formais mas de mudar a forma de relacionamento entre homens e mulheres, em primeiro lugar na família, mas também no trabalho e na política (SINGER, 1981, p. 112-113).

A mudança de perspectiva das últimas gerações de feministas, em comparação com as feministas de vanguarda que, por convicção ou por opção estratégica, adotaram uma postura mais conivente com relação ao ideal de domesticidade difundido pelo pensamento dominante, ilustra uma mudança não só de objetivos, mas também de conscientização de gênero. O feminismo que passa a vigorar, portanto, do final dos anos 1970 em diante é aquele que busca desalojar das concepções que regem as relações entre os sexos seu caráter "natural" ou "biológico", privilegiando, em contrapartida, o caráter histórico, social e cultural que promove a assimetria entre "masculino" e "feminino", ou seja, entre as identidades de gênero que prenunciam uma situação de subordinação e de dominação das mulheres, tanto na esfera pública como na privada (NADER, 2002).

Desse modo, um dos desafios do novo feminismo, que se articulou, principalmente, a partir de 1975, foi exatamente o de denunciar as desigualdades entre homens e mulheres a partir da perspectiva de gênero. Com base em estudos produzidos por feministas acadêmicas, as militantes do movimento de mulheres e as feministas à frente de várias organizações

redefiniram suas ações apoiadas na prerrogativa de que o gênero era o elemento constitutivo das "relações sociais fundadas sobre as diferenças percebidas entre os sexos", sendo o gênero também um "primeiro modo de dar significado às relações de poder" (SCOTT, 1990, p.14).

Essa guinada no referencial teórico-ideológico do movimento feminista, que abandona certos valores tradicionais e conservadores para comprometer-se com objetivos mais concretos de libertação das mulheres, traz em seu bojo uma meta fundamental, que é a da ampliação da participação das mulheres na vida política e nos espaços de decisão. Essa prerrogativa é vista como imprescindível para a consolidação de uma sociedade democrática, no Brasil. E essa materialização da democracia, conforme apregoa as frentes de mobilização de mulheres, não será realizada sem a presença feminina nos cargos e nos postos da administração direta e indireta, bem como na sociedade organizada e nos partidos políticos (BRASIL, 2008).

Certamente, o alargamento das fronteiras do político, paralelamente ao questionamento dos seus parâmetros conceituais, possibilitou ao feminismo trazer para o espaço da discussão política questões até então vistas e tratadas como específicas do privado. Assim, "ao utilizar essa bandeira de luta (de que *o pessoal é político*), o movimento feminista chama igualmente a atenção das mulheres [e da sociedade em geral] para o caráter político da sua opressão" (COSTA, 2009, p.53), problematizando, com isso, a política e o poder, bem como a forma como ambos são exercidos. Nesse sentido, abre-se a possibilidade de as mulheres conquistarem não só um enfoque particular de suas necessidades na formulação e aplicação de políticas públicas, como também, em medida semelhante, o reconhecimento da sua cidadania e do seu direito em exigir o fortalecimento de sua identidade política, em especial por meio do maior acesso das mulheres à elegibilidade, ou seja, aos espaços formais de representação política (VARIKAS, 1996, p.10-12).

Contrariando, portanto, o imaginário social que difundia a ideia de que as mulheres eram indivíduos apolíticos, os movimentos de mulheres e as militantes feministas intensificaram, durante a transição do regime autoritário para o democrático, suas práticas de mobilização, atuando como nunca no espaço da rua, nas redes não tradicionais de organização, chamando para si a responsabilidade política e a cidadania como canais prioritários no compromisso de lutar não só pela igualdade das mulheres – dentro do sistema desigual de dominação e de controle das suas práticas –, mas também pela anistia, pelo fim da repressão e pela abertura política do país. As mulheres, que eram vistas como cidadãs despolitizadas, se multiplicaram

nas fileiras dos movimentos de esquerda, nos sindicatos, nos grupos de mulheres da periferia, nas associações de mulheres trabalhadoras urbanas e rurais e nas comunidades de base da Igreja Católica (SOARES, 1994).

A partir da década de 1980, marcada pela reconstrução das instâncias da democracia liberal, ou seja, pela reorganização partidária, pelas eleições diretas para os diversos níveis e pela elaboração da nova Constituição, o movimento feminista acabou por expandir sua atuação e diversificar os espaços de militância. Logo, os partidos políticos também se transformaram em *locus* onde a participação feminina se tornava cada vez mais visível. Como resultado, o tema “mulher” tornou-se recorrente em debates e item obrigatório dos programas e plataformas eleitorais, em especial dos partidos progressistas (SOARES, 1994). Nesse tocante, o feminismo trouxe para as agendas dos movimentos (pressionando também os partidos políticos) a igualdade entre os sexos na educação, o tema dos direitos reprodutivos, a discriminação no trabalho, a pobreza, o bem-estar e a violência contra a mulher, além de persistir no propósito da ampliação e da incorporação das mulheres como sujeitos ativos nas instâncias institucionais de decisão política.

Quanto a isso, uma das estratégias do movimento de mulheres e das entidades feministas, mormente dos movimentos que atuam no cenário político atual, para transformar a discrepância de representatividade política entre homens e mulheres, é a de trabalhar com o estreitamento entre os padrões que selam a inserção das mulheres na política – de forma mais saliente no Executivo, mas que atinge igualmente o Poder Legislativo[5] – e as mediações de gênero que ajudam a definir as rotas de acesso à política institucionalizada. Aproximar os padrões que determinam a exclusão política das mulheres de uma perspectiva de gênero garante, acima de tudo, a possibilidade de as feministas dialogarem com o Estado e com os partidos políticos em termos de diferença, ainda que as propostas de superação sejam formuladas em termos de paridade, equilíbrio ou igualdade de gênero no sistema político de representação e elegibilidade.

[5] Araújo (2005) é uma das autoras, entre as que pesquisam essa temática, que traz à tona o resultado de alguns estudos que afirmam que os sistemas proporcionais são mais favoráveis às mulheres, no sentido de que esse sistema fornece maiores chances de acesso desse grupo aos cargos legislativos. Já nos sistemas majoritários, as chances de as mulheres ascenderem na política são consideravelmente menores, e já se anunciam desde as decisões preliminares dos dirigentes partidários quanto à escolha dos candidatos que deverão representar o partido na corrida eleitoral. As razões são muitas e elas perpassam tanto por aspectos históricos da exclusão das mulheres do advento da cidadania, quanto pelas características socioeconômicas, incluindo manifestações culturais de atitudes e práticas discriminatórias.

Mapeamento das candidaturas ao Executivo estadual: considerações e resultados

Com base nos debates expostos anteriormente, ou seja, baseando-se nos pressupostos analíticos próprios de uma perspectiva de gênero e no conhecimento de algumas demandas históricas que perpassaram a trajetória do movimento feminista, no Brasil, o presente artigo trabalha apoiado num questionamento, que se impõe com o propósito de iluminar o cenário da participação das mulheres na vida política institucional do país, particularmente o perfil das candidaturas de mulheres nas eleições majoritárias para o cargo de governadoras. Enfim, até que ponto os atributos de gênero, que definem o sujeito "feminino", transparecem nas candidaturas de mulheres que pleiteiam o maior cargo executivo dos Estados brasileiros?

Esta pergunta, independente de a análise se pautar nas eleições proporcionais ou majoritárias, expressa a preocupação em se pensar de forma mais profunda o fenômeno da mulher na política. Além disso, a pergunta também exprime uma inquietação a respeito do fazer representar transversal ao comportamento do gênero feminino nas candidaturas de mulheres. Foram tais inquietações que, em suma, motivaram a realização da presente pesquisa, a qual se debruça sobre a candidatura de mulheres ao governo estadual, no pleito de 2010.

Ao analisar essas candidaturas, no processo eleitoral 2010, a partir da perspectiva de gênero, pretendeu-se verificar em que medida o programa dessas candidatas ao cargo eletivo consistiu em iniciativas que incorporaram a perspectiva de gênero e se nele foi inserido alguma orientação capaz de romper com o padrão de desigualdade de gênero profundamente arraigado na sociedade brasileira. A análise consistiu em identificar iniciativas que indicam a incorporação da perspectiva de gênero nas campanhas, assim como um reconhecimento das diferenças das relações sociais entre os sexos, tendo como referência as informações contidas nas campanhas das mulheres candidatas ao Poder Executivo estadual.

Candidaturas na mídia: sobre a pesquisa e suas fontes

A pesquisa começou a ser organizada no final do primeiro semestre de 2010 e, de agosto a outubro desse mesmo ano, foi realizada uma sequência de estudos que sistematizaram a percepção de características de gênero nas campanhas das candidatas ao Poder Executivo de sete Estados: Santa Catarina, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Maranhão,

Distrito Federal, Pará e Espírito Santo, apesar de neste último a candidata fugir ao critério estipulado.[6]

Foram observadas campanhas das oito mulheres candidatas ao governo estadual, todas com 5% ou mais de intenções de voto, de acordo com dados do Ibope e Datafolha. São elas: Angela Regina Heinzen Amin Helou (Partido Progressista – Santa Catarina); Ana Júlia Carepa (Partido dos Trabalhadores – Pará); Ideli Salvatti (Partido dos Trabalhadores – Santa Catarina); Rosalba Ciarlini Rosado (Partido Democratas – Rio Grande do Norte); Roseana Sarney Murad (Partido do Movimento Democrático Brasileiro – Maranhão); Weslian do Perpétuo Socorro Peles Roriz (Partido Social Cristão – Distrito Federal); Yeda Rorato Crusius (Partido da Social Democracia Brasileira – Rio Grande do Sul) e Brice Bragato (Partido Socialismo e Liberdade – Espírito Santo).

A pesquisa trabalhou como se todas as candidatas fossem concorrer somente a um turno, ou seja, o tratamento da pesquisa às candidaturas não apresentou diferença qualitativa. Contudo, para o segundo turno, avançaram quatro candidatas: Rosalba Ciarlini Rosado (Democratas – Rio Grande do Norte), Roseana Sarney Murad (Partido do Movimento Democrático Brasileiro – Maranhão), Ana Júlia Carepa (Partido dos Trabalhadores – Pará) e foi acrescentada a candidatura de Weslian do Perpétuo Socorro Peles Roriz (Partido Social Cristão – Distrito Federal), que não entrou na pesquisa do primeiro turno, por ter sido incluída no pleito às vésperas da eleição. Destas, foram eleitas somente Rosalba Ciarlini Rosado (Democratas – Rio Grande do Norte) e Roseana Sarney Murad (Partido do Movimento Democrático Brasileiro – Maranhão), ou seja, apenas 25% das mulheres que se candidataram ao cargo de governadora de Estado foram eleitas. Todavia, a pesquisa foi realizada com todas as candidatas, mantendo o mesmo procedimento metodológico.

Nas fontes examinadas, destacaram-se as estatísticas constantes no banco de dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e as informações coletadas no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) e nos *blogs* e *sites* instituídos pelas próprias campanhas femininas. As estatísticas do TSE abrangem dados de campanhas políticas desde 1945 e proporcionaram um quadro de mudanças mais abrangentes do curso das campanhas

[6] Excepcionalmente, a pesquisa monitorou o Estado do Espírito Santo, cuja candidatura de Brice Bragato (Partido Socialismo e Liberdade) ao governo do Estado permaneceu, durante toda a campanha, com menos de 5% de intenção de votos. Também no Espírito Santo foi monitorara a campanha de Rita de Cássia Paste Camata (Partido da Social Democracia Brasileira), candidata ao Senado Federal.

no país, em que se destacam alterações no perfil das últimas eleições. As informações do HGPE, resultados do monitoramento realizado pelo Consórcio Bertha Lutz durante o mesmo período da pesquisa, possibilitaram expandir horizontes e tratar o tema a partir não só dos meios de comunicação mais modernos, mas também das formas de divulgação de massa mais consolidadas e acessíveis a um espectro populacional muito maior do que os contemplados com conexão à Internet.

Contudo, como fontes de pesquisa, os *sites* e *blogs*, instrumentos utilizados pelas candidatas para levar aos eleitores informações sobre sua candidatura, foram os que proporcionaram os registros mais sistemáticos, permitindo uma incessante reorganização de informações. Ou seja, com as observações diárias dos *blogs* e *sites*, foram sistematizados dados que eram atualizados a cada nova informação, pois, além da conferência manual diária, uma boa parte dos *sites* mantinha *links* para eleitores de *feeds*, que não são necessariamente programas, mas sim uma funcionalidade dos navegadores que avisam quando há um novo conteúdo na página à qual se assinaram os *feeds*.

Os *sites* e *blogs* são hoje os recursos da *web* que mais aproximam os candidatos dos eleitores. Assim, os *blogs*, especificamente, foram utilizados pelas candidatas para difundirem suas ideias, discutirem temáticas e interagirem com o eleitorado. E essa interação foi feita por meio de *links* para contato com as candidatas ou postagens com comentários. Também foram utilizados *links* para divulgação de notícias e agenda das candidatas. Ou seja, os *links* foram largamente utilizados nas chamadas dos *sites*, como uma forma de expor anúncios para determinadas seções – na maioria das vezes informativas.

E todas as candidatas[7] atentaram para a interatividade proposta pela Internet, inserindo canais de contato com o eleitor, informando dados a respeito de sua biografia, notícias diárias sobre a campanha, além de postar convites para que os eleitores fizessem doações,[8] participassem dos encontros e comícios e se interassem sobre o *jingle* de campanha. Para atrair mais os eleitores, as candidatas publicaram, em seus *blogs* e *sites*, perfis e endereços de outras mídias, tais como redes sociais, instrumentos

---

[7] Somente Ana Júlia, Ideli Salvati, Roseana e Yeda Crusius possuíam *site* e *blogs* ao mesmo tempo. Angela Amin, Brice Bragato, Rosalba Ciarlini e Weslian Roriz possuíam somente *site*.

[8] Contrariando uma aposta que vinha se anunciando após a eleição de Barack Obama nos EUA, com forte aporte de doações dos eleitores, somente 50% das candidatas apostaram nisto, ou seja, somente Brice Bragato (ES), Rosalba Ciarlini (RN), Roseana (MA) e Yeda Crusius (RS) colocaram em seus *blogs* e *sites links* induzindo doações de verbas para suas campanhas.

também utilizados nas campanhas, mas que não foram monitorados pela presente pesquisa. Além disso, empregaram-se muitos signos visuais nessas páginas da *web*, e entre os quais se destaca a identificação partidária. A candidata Ana Júlia (PA) usou durante grande parte da campanha a estrela vermelha do PT como logotipo do *site*, contendo em seu interior o número de sua campanha. Também Brice Bragato (ES), candidata do PSOL, e Ideli Salvati (SC), do PT, usaram o número do partido como logotipo. Já as cores da bandeira do Brasil foram utilizadas como logotipo somente por Weslian Roriz e Ideli Salvati.

As informações colhidas nesses instrumentos permitiram o preenchimento de 19 planilhas, cujos principais aspectos observados foram profissão, questão regional, militância política, pertencimento partidário, inserção em coligações, exercícios de cargos públicos, eficácia ou não do capital político acumulado, votação e colocação das candidatas pesquisadas, seu alinhamento ou não com o governo federal, sua representação quanto a interesses específicos, finalizando com as referências visuais presentes em fotos, vídeos e chamadas. Assim, juntamente com outras fontes citadas, foram obtidas informações nos diversos bancos de dados e esses seguiram um roteiro de questionamentos capaz de permitir posterior sistematização dos dados, empregando-se focos temáticos para organizar a apresentação dos resultados da pesquisa.

Viabilidade e obstáculos das candidaturas femininas

Durante a análise das principais informações sobre os perfis das candidaturas de mulheres ao cargo de governadora, nas eleições 2010, veio à tona uma série de aspectos referentes às particularidades do recrutamento eleitoral de mulheres às eleições majoritárias. Esses dados, analisados em conjunto com estudos mais amplos das rotas de acesso das mulheres à representação política, auxiliaram na percepção dos caminhos percorridos por elas, de modo a viabilizar suas candidaturas e aumentar suas chances de sucesso eleitoral. No entanto, não foi possível reunir todas as informações que seriam relevantes para remontar a trajetória biográfica das candidatas na carreira política, o que facilitaria esclarecer como essas mulheres chegaram aos partidos, quais recursos estiveram à disposição, quais redes de apoio as sustentaram, para finalmente avaliar como se tornaram potencialmente elegíveis.

Mesmo sem esses registros mais detalhados, pode-se recorrer a uma análise genérica do fenômeno que forneça explicações razoáveis para se

pensar nos fatores que interferem, definem e decidem as candidaturas de mulheres na disputa por uma representação política. Interessa, sobretudo, identificar os fatores que viabilizam ou obstaculizam o ingresso dessas novas protagonistas na elite dos cargos do Executivo. É preciso, contudo, interpretar esses dados por meio de um recorte de gênero, buscando entender em que medida as mediações do gênero interferem no processo eleitoral, inclusive na dinâmica intrínseca ao sistema partidário.

De imediato, é possível identificar uma nítida discrepância entre o número de homens e o de mulheres registrados no Tribunal Superior Eleitoral como aptos a concorrerem às eleições 2010 para o mais alto cargo do Executivo estadual. Do total das candidaturas, 89,47% pertenciam a homens e apenas 10,52% a mulheres. Esses números, por sua vez, caem para menos da metade se analisados pelo viés das candidaturas de mulheres com um potencial mais alto de elegibilidade. O abismo quantitativo de candidaturas por sexo ilustra, afinal de contas, uma dimensão histórica de exclusão das mulheres da cidadania e dos espaços de decisão política. É por conta das práticas discriminatórias que regeram, por décadas a fio, as relações de gênero que se faz necessário investigar e propor políticas de "correção" da baixa representatividade das mulheres nas instâncias de poder formal.

A política de cotas, por exemplo, tem sido uma alternativa válida, mas não decisiva. No Brasil, a adoção das políticas de cotas nos partidos políticos entrou em vigor desde as eleições de 1996, sendo implementada no sentido de colaborar com a redução da sub-representação feminina nas esferas de decisão do Estado. Contudo, por três competições eleitorais (1998, 2002 e 2006), os partidos reservaram, mas não preencheram os 30% de vagas previstos para as mulheres nas nominatas eleitorais. A adoção apenas retórica dessas medidas impulsionou uma alteração no texto da Lei de Cotas. Nas eleições de 2010, uma nova redação passou então a vigorar e nela ocorreu uma mudança quase imperceptível: a que substituía o verbo *reservar* pelo verbo *preencher.* Essa mudança foi autorizada visando impedir possíveis manobras dos dirigentes partidários na indicação de mulheres aos cargos eletivos.

Outros estudos, que privilegiam as eleições proporcionais, podem vir a esclarecer o impacto da Lei de Cotas nas eleições 2010, de modo a averiguar não só até que ponto o valor mínimo de 30% para cada sexo foi respeitado, mas igualmente para pesar se essa política afirmativa alterou, ainda que minimamente, os resultados na competição eleitoral, elevando o número de mulheres eleitas para as Assembleias Legislativas. No caso

desta pesquisa, que lida com dados específicos das eleições majoritárias, tal elemento é irrelevante, uma vez que não existe nenhuma regra de preenchimento de candidaturas por cota para o cargo no Executivo estadual. Mesmo assim, há outros aspectos implicados na dinâmica de recrutamento eleitoral de mulheres, que devem ser considerados na identificação de padrões de gênero agindo nos critérios de indicação partidária aos principais cargos eleitorais.

Uma das variáveis que adquire força no cálculo eleitoral praticado pelos partidos, na hora de cogitar a possibilidade de incluir mulheres na lista de seus candidatos ao governo estadual, refere-se ao currículo político dessas possíveis concorrentes. O fato de já terem cumprido mandatos, seja no Legislativo ou no Executivo, interfere positivamente no estudo dessas candidaturas (ARAÚJO, 2005). A experiência em cargos eletivos aparece então como um pré-requisito de significativa importância, o qual ajuda a medir o potencial de elegibilidade das mulheres aspirantes aos governos estaduais. No caso das oito candidatas que concorreram ao Executivo estadual, nas eleições 2010, e que tiveram os perfis de suas candidaturas analisados por esta pesquisa, três estavam concorrendo à reeleição, ou seja, 37,5% delas já haviam sido governadoras, um número proporcionalmente equivalente ao de candidatos homens que também concorriam à reeleição (dois, contra oito que nunca ocuparam este cargo).

Tão expressivo quanto o percentual de reeleições, dentro da realidade de exclusão massiva das mulheres das instâncias de poder, é o número de mandatos eletivos no Legislativo cumpridos por essas candidatas. Isso implica dizer que essas mulheres detêm uma carreira política, conhecem a máquina estatal e dominam as regras do jogo político, o que as qualifica a assumirem uma candidatura de abrangência em seus Estados de origem. O Quadro 1 elenca os cargos eletivos já ocupados pelas oito candidatas aqui estudadas. Como se pode observar, com exceção de Weslian Roriz, todas as demais cumpriram, em algum momento de suas carreiras políticas, um ou mais mandatos no Legislativo, seja como deputadas federais, estaduais, vereadoras ou senadoras.

Além desse fator, que interfere favoravelmente na indicação de mulheres às eleições para o governo do Estado, outras razões também concorrem para a viabilidade ou obstrução dessas candidaturas. Em breves linhas, um arranjo político-eleitoral que beneficie as candidaturas de mulheres depende ainda de sólidas bases eleitorais e de uma estrutura de campanha disposta a garantir os recursos financeiros e a cronometragem justa de apresentação dentro das propagandas eleitorais, o que resulta na neces-

sidade de uma reserva específica do fundo partidário para as mulheres que se encontram em disputa na corrida eleitoral.

Quadro 1
Cargos eletivos já ocupados pelas candidatas ao governo dos Estados nas eleições de 2010

Cargos eletivos	**Candidatas**
Deputada federal	Angela Amin, Ana Julia, Ideli Salvati, Roseana Sarney eYeda Crusius
Senadora	Ana Julia, Ideli Salvati, Rosalba Ciarlini e Roseana Sarney
Prefeita	Angela Amin e Rosalba Ciarlini
Deputada estadual	Brice Bragato
Vereadora	Angela Amin, Ana Julia e Brice Bragato
Governadora	Ana Julia, Roseana Sarney e Yeda Crusius

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Esses também costumam ser os principais fatores que colaboram no sucesso ou no insucesso das campanhas de mulheres, as quais, de acordo com vários estudos (ARAÚJO, 2005; ÁLVARES, 20087), encontram-se em franca desvantagem diante da distribuição dos recursos partidários. Embora esses sejam elementos determinantes, a dimensão multicausal, com relação ao sucesso ou ao fracasso dessas candidaturas, é o que predomina, uma vez que esses resultados assumem uma perspectiva de gênero que perpassa não só os capitais político e financeiro, incluindo as redes de apoio, mas também o monitoramento do conteúdo dos discursos e dos materiais de campanha, de modo a relacionar os temas com as chances e o perfil de quem esteve na disputa.

"Atributos" biográficos e abordagens temáticas: mediações de gênero

Partindo do pressuposto de que a trajetória de vida não está isenta da questão de gênero, apesar de as mulheres estarem inseridas no mercado de trabalho e já não dependerem dos homens, econômica e culturalmente, como outrora, a pesquisa observou questões relativas às características de gênero na apresentação da vida pessoal das oito candidatas aos governos de Estados brasileiros nas campanhas políticas.

O primeiro foco temático estudado foi sobre a trajetória de vida das candidatas, uma vez que se entende que a biografia de uma pessoa e sua importância em se fazer conhecer, notadamente na política, mostram elementos escolhidos da privacidade do indivíduo. Assim, observou-se que

a biografia, por ser um gesto poderoso de sedução e traduzir o desejo de atender, com traços idealistas, a manutenção de componentes subjetivos sociais, se mostrou ligada aos interesses das candidatas em relação ao público que queriam atingir. Pelo Quadro 2, vê-se que, na apresentação de quesitos relacionados à vida pessoal das candidatas, é instaurado um campo de reinvenção identitária, movendo um processo de reconhecimento e identificação com o gênero feminino para chamar os eleitores à tomada de decisão na hora do voto.

Quadro 2
Questitos pessoais mencionados pelas candidatas ao governo dos Estados nas eleições de 2010

Aspectos da vida pessoal das candidatas	Candidatas
Infância	Ana Julia, Angela Amin, Brice Bragato, Ideli Salvati, Roseana Sarney e Weslian Roriz
Juventude	Ana Julia, Angela Amin, Brice Bragato, Ideli Salvati, Roseana Sarney e Weslian Roriz
Escolaridade	Angela Amin, Brice Bragato, Ideli Salvati, Rosalba Ciarlini, Roseana Sarney e Weslian Roriz
Profissão	Ana Julia, Angela Amin, Brice Bragato, Ideli Salvati, Roseana Sarney e Yeda Crusius
Filhos/netos	Brice Bragato, Ideli Salvati, Weslian Roriz e Rosalba Ciarlini
Casamento	Brice Bragato, Ideli Salvati, Weslian Roriz e Angela Amin
Religião	Weslian Roriz

Fonte: *Blogs* e *sites* das candidatas.

No tocante à infância, Ana Julia informa que foi a primeira menina de sete irmãos e que se recorda da prisão do pai pelos militares. Brice Bragato, por sua vez, informa que passou grande parte da infância trabalhando na roça com seus pais e que teve de trabalhar como doméstica em casa de família, em troca das despesas e da hospedagem para estudar, diferentemente de Roseana Sarney, que mostra ter tido uma infância confortável. Além disso, Roseana menciona que na juventude estudou na Europa. A paulista Ideli Salvati declara que se casou duas vezes, enquanto Weslian Roriz diz como conheceu seu único marido, aos 17 anos de idade. Angela Amim, Yeda Crusius e Rosalba não fazem referencias às suas vidas durante a infância e a juventude.

Em se tratando do papel social feminino, por mais que as mulheres tenham conquistado espaços no mercado de trabalho e na política, a socie-

dade ainda espera que realizem ações que as diferenciem e as conduzam sempre à família, lugar que a história indicou como espaço social feminino. Por isso, em relação aos aspectos de vida das candidatas, observa-se que exatamente 50% delas abordaram o casamento e a maternidade, fenômenos que nossa sociedade falocrática considera tipicamente femininos, como se mulher somente se casasse com mulher e toda a gravidez e maternidade envolvessem somente mulheres.

Observa-se, contudo, que no HGPE a referência a casamento e maternidade apareceu somente duas vezes. Além disso, nos *blogs* não foram as mesmas candidatas que trataram esse tema. Embora se envolvendo com a política, é possível observar como a vida da mulher ainda está interligada à família, aos códigos sociais de valores e de comportamentos femininos presentes na sociedade brasileira. A persistência de determinados valores a respeito do comportamento "ideal" de uma mulher está presente na fala da metade das mulheres sujeitos desta pesquisa. Tal fato, embora em aparente contradição com as transformações sociais, reforça outra face do processo de mudança nas características de gênero: apesar do que se convencionou a chamar de libertação feminina, ainda encontram-se nas falas femininas os valores tradicionalmente atribuídos às mulheres. Mesmo sendo detentoras de uma autonomia econômica e emocional, elas ainda manifestam comportamentos e conceitos arraigados no imaginário social, conforme se pode observar no levantamento efetuado. É a partir destas constatações que este trabalho pode ser pensado.

Em função disso, constata-se que o tradicional papel feminino de protegida, primeiro pelo pai e depois pelo marido, passa a assumir um novo caráter quando a mulher se insere na política: ela já não tem mais a obrigação primária de organizar sua vida em torno das atividades domésticas e da maternidade, e o interesse de ter uma formação qualificada e de se engajar numa profissão é uma característica que surge no comportamento e nas atitudes dessas mulheres. Por outro lado, verifica-se, também, que a força dos valores propagados pelas instituições moralizantes ainda está presente no discurso das candidatas pesquisadas, principalmente quando tratam de sua prática cotidiana.

Um exemplo que pode ser considerado em desacordo é o fato de o tema "maternidade" ter sido tratado somente por 50% das candidatas nos *blogs* e citado apenas duas vezes no HGPE. Como nos *blogs* não foram as mesmas mulheres que abordaram casamento e maternidade, observa-se que 62,5% das candidatas mencionaram esses temas. Tais dados permitem a dedução de que mais da metade das mulheres candidatas aos governos

estaduais, ao se colocarem diante de seu eleitorado, compõem sua imagem com base na representação do casamento e da maternidade, buscando corresponder, com isso, às expectativas de uma parcela considerável da sociedade que ainda associa a mulher a um papel social voltado para a família e as funções que regem a vida privada. Nesse sentido, as candidatas coadunam com os mecanismos de perpetuação das hierarquias de gênero e, no uso da mídia eletrônica ou da televisão, reproduzem visões da realidade social que, nas palavras de Miguel e Biroli (2009, p. 64),

> Tendem a naturalizar [...] a confirmação do "pertencimento" de mulheres e homens a temas e funções vinculados à esfera pública ou à privada, de acordo com as definições e relações historicamente definidas para essas esferas, é uma confirmação prospectiva [...] no sentido de que, ao "constatar" a realidade presente, potencializa sua realização no futuro, isto é, sua permanência.

Exemplos dessa natureza podem ser encontrados nas biografias de Brice Bragato, Ideli Salvati, Weslian Roriz e Rosalba Ciarlini, que fazem referência ao fato de já terem filhos, provavelmente para gerar empatia no eleitorado, e também enfatizam sua condição de esposas. Assim, é possível fazer outras duas inferências sobre o fato de as candidatas utilizarem em seus discursos a maternidade e o casamento: primeiro, por talvez ainda prevalecer a importância de mostrar que a mulher faz parte de uma família bem estruturada; e, segundo, porque a campanha política de uma mulher precisa provar e reforçar, junto aos eleitores mais conservadores, que, além de candidata, ela representa bem o papel que a sociedade espera dela, ou seja, ser esposa e mãe.

Isso lembra a citação de Bertha Lutz, em seu texto "A emancipação política feminina e o papel da mulher no lar", publicado no *Jornal do Brasil*, em 19 de fevereiro de 1929:

> A dilatação da esfera de atividade feminina, para abranger os direitos e deveres de cidadania, não é [...] incompatível com as funções próprias da mulher. O fato de ser eleitora, de comparecer de tres em tres, de dois em dois, ou de ano em ano às eleições, não impede a mulher de ser boa esposa e mãe...

Este reconhecimento do papel social feminino também está presente na fala das candidatas quando essas referem-se à profissão que desenvolvem. Nos *blogs*, sete candidatas se apresentaram como profissionais inseridas no mercado de trabalho, sendo que Angela Amin mencionou ser professora e funcionária pública. Somente Weslian Roriz

informou não desenvolver nenhuma atividade fora do lar, conforme se vê no Quadro 3.

Quadro 3
Profissões declaradas pelas candidatas ao governo dos Estados nas eleições de 2010

Profissão	**Candidatas**
Professora	Angela Amin e Ideli Salvati
Socióloga	Roseana Sarney e Yeda Crusius
Funcionária pública	Angela Amin e Brice Bragato
Médica	Rosalba Ciarlini
Do lar	Weslian Roriz
Arquiteta	Ana Julia

Fonte: *Blogs* e *sites* das candidatas.

Os dados expostos chamam atenção por enunciarem profissões que se aproximam daquelas consideradas tipicamente femininas e que são apontadas pelas candidatas como ramos profissionais em que atuam, ou seja, informam que desenvolvem atividades *naturalmente femininas* e aceitas pelos padrões culturais que determinam e consideram que as profissões das mulheres devem ser relacionadas com a reprodução dos afazeres desenvolvidos dentro da unidade doméstica, quais sejam: cuidado com a saúde, a educação, o envolvimento social e comunitário.

O segundo foco temático, que debate sobre temas políticos, reforça aquelas afirmativas, quando se observam as proposições tratadas pelas oito candidatas nos *blogs* e no HGPE, notadamente no que diz respeito à saúde e à educação. Entre os 27 temas que foram monitorados durante o HGPE, a saúde tornou-se a questão dominante por mais de dez vezes e foi citada 41 vezes. A educação, durante o HGPE, foi também mencionada 41 vezes e foi por mais vezes considerada o tema dominante dos programas. Nos *blogs*, contudo, somente o de Ana Julia abordou a saúde e os de Ideli Salvati, Roseana Sarney e Yeda Crusius referiram-se à educação como um tema dominante a ser tratado.

Ainda outras questões foram discutidas pelas candidatas nos *blogs* e no HGPE, destacando-se, nas páginas da Internet, infraestrutura (Ana Júlia, Ideli Salvati e Yeda Crusius), economia (Ana Júlia, Ideli Salvati e Yeda Crusius), segurança pública (Ana Júlia, Ideli Salvati e Yeda Crusius), emprego (Ana Júlia e Ideli Salvati) e legislação em geral (Ideli Salvati e Yeda Crusius).

Esporte, cultura, lazer e combate à corrupção foram tratados somente por Yeda Crusius. Roseana Sarney e Ana Julia foram as únicas candidatas que abordaram a participação feminina na economia e na política.

Nenhuma candidata citou os assuntos criança, direitos e violência contra a mulher, nos *blogs* e no HGPE, sendo que neste último o tema família foi discutido seis vezes, mas em nenhum momento foi tratado como questão dominante de debate. A desigualdade de gênero e a violência contra a mulher foram citadas somente uma vez no HGPE.

Ainda foram feitos discursos políticos sobre as realizações das candidatas. Ana Júlia, Roseana Sarney e Yeda Crusius referiram-se ao "*já fizeram pelo povo*", como obras, leis e programas governamentais, principalmente porque já foram governadoras, respectivamente, do Pará, Maranhão e Rio Grande do Sul. Mas, essas três candidatas também já foram deputadas federais, assim como Ideli Salvati e Angela Amin, ou seja, mais de 50% das candidatas passaram pelo plenário da Câmara dos Deputados.

Contudo, a candidata com mais experiência na vida pública em cargos eletivos é Roseana Sarney, que ainda destaca, em seu *blog* e *site*, que também ocupou cargos públicos não eletivos. Ou seja, a experiência das candidatas pesquisadas é maior na competição legislativa do que na executiva, principalmente em relação aos altos cargos desse último poder.

Assim, observa-se que todos os cargos eletivos de nosso país já tiveram, entre os representantes, as candidatas pesquisadas e quase a totalidade das candidatas ao governo dos Estados brasileiros, em algum momento de sua vida política, passaram pelo Poder Legislativo. Somente Weslian Roriz, do Distrito Federal, nunca havia concorrido a cargo eletivo.

O terceiro foco temático da pesquisa diz respeito à forma como as candidatas utilizaram suas fontes de informação. Ana Júlia, Ideli Salvati, Roseana Sarney e Yeda Crusius utilizaram seus *blogs* apenas como recurso para postar vídeos caseiros sobre sua vida pessoal ou até mesmo fotos da campanha. Como os *blogs* são sítios usados para mostrar o lado mais humano das candidatas, não houve muita interação, nem contraditório nos documentários e nenhum *post* motivado pelos comentários dos visitantes, a não ser agradecimentos por apoio nos *posts* referentes aos resultados das eleições. Contudo, nos *sites* oficiais de candidatura, todas as oito apresentaram seu perfil no tocante à vida pessoal, trataram dos atributos dominantes, dos programas dos partidos, de seus próprios programas de governo e sobre sua trajetória política, uma vez que os *sites* são sítios da *web* mais oficiais e propagandísticos. No HGPE, por sua vez, foram observados vários indicativos de referências visuais, bem como técnicas

empregadas para divulgação de informações das campanhas, tais como 86 locações dentro do estúdio e 56 locações feitas em área externa.

As fotos publicadas nos *blogs* e *sites* também foram produzidas nas mais variadas locações possíveis e todas as candidatas tiveram a predileção por postar imagens delas sozinhas, embora apareçam, em muitas fotos, ao lado de seus eleitores e de outros políticos. Ana Julia, Ideli Salvati e Weslian Roriz postaram muitas fotos com as candidatas à Presidência da República.

O Quadro 4 apresenta as principais referências visuais de campanha das oito candidatas pesquisadas, observadas em seus *blogs* e *sites*.

Quadro 4
Referências visuais nas campanhas das candidatas ao governo dos Estados nas eleições de 2010

Pessoas que aparecem nas fotos e vídeos	Candidatas
Políticos	Ana Julia, Angela Amin, Brice Bragato, Ideli Salvati, Rosalba Ciarlini, Roseana Sarney, Weslian Roriz e Yeda Crusius
Sozinha	Ana Julia, Angela Amin, Brice Bragato, Rosalba Ciarlini, Roseana Sarney, Weslian Roriz e Yeda Crusius
Populares	Ana Julia, Brice Bragato, Ideli Salvati, Rosalba Ciarlini, Weslian Roriz e Yeda Crusius
Líderes sociais	Ana Julia, Brice Bragato, Ideli Salvati, Rosalba Ciarlini, Weslian Roriz e Yeda Crusius
Eleitores	Ana Julia, Brice Bragato, Ideli Salvati, Roseana Sarney e Weslian Roriz
Candidata à Presidência	Ana Julia, Ideli Salvati e Weslian Roriz.
Lideranças religiosas	Weslian Roriz
Líder partidário	Rosalba Ciarlini, Weslian Roriz e Yeda Crusius.
Candidatos ao Senado	Ana Julia
Parentes	Angela Amin, Brice Bragato, Ideli Salvati e Weslian Roriz.
Presidente Lula	Ana Julia e Ideli Salvati
Prefeitos	Yeda Crusius
Políticos parentes	Weslian Roriz
Liderança feminista	Nenhuma candidata

Fonte*: Blogs* e *sites* das candidatas.

Chama atenção que nenhuma candidata postou foto ou vídeo com lideranças feministas, mas 50% delas postaram foto com a família: Angela Amin, Brice Bragato, Ideli Salvati e Weslian Roriz.

Dois terços das candidatas utilizaram vídeos para realização de entrevistas com pessoas do povo e todas exibiram locações fazendo caminhadas nas ruas e em comícios e reuniões políticas. Além de seus discursos gravados em estúdio, elas optaram por focalizar bastante sua "conexão" com o povo, seja gravando tomadas na rua, com os populares, seja em entrevistas em estúdios, que normalmente exaltam o candidato, como mostra o Quadro 5.

Quadro 5
Locação de vídeos das candidatas ao governo dos Estados nas eleições de 2010

Locais de gravação dos vídeos	Candidatas
Rua	Ana Julia, Angela Amin, Brice Bragato, Ideli Salvati, Rosalba Ciarlini, Roseana Sarney, Weslian Roriz e Yeda Crusius
Reunião política	Ana Julia, Angela Amin, Brice Bragato, Ideli Salvati, Rosalba Ciarlini, Weslian Roriz e Yeda Crusius
Comício	Ana Julia, Brice Bragato, Ideli Salvati, Rosalba Ciarlini, Roseana Sarney, Weslian Roriz e Yeda Crusius
Estúdio	Ana Julia, Brice Bragato, Ideli Salvati, Ideli Salvati, Weslian Roriz e Yeda Crusius

Fonte: *Blogs* e *sites* das candidatas.

Comparando esses dados com as referências visuais da campanha ao governo de Estado feita no HGPE, observou-se que, enquanto nos *sites* apenas Rosalba Ciarlini usou a cor rosa, na TV apareceram nove vezes símbolos do sexo feminino junto com aquela cor. Além disso, foram levadas ao ar 39 vezes a identificação partidária das candidatas, 64 vezes a sigla do partido e 73 vezes a vinheta de abertura do programa. Por outro lado, não há registro da presença de nenhuma celebridade, de políticos parentes, nem do uso de símbolos religiosos.

Outro item que chama atenção nos *blogs* e *sites* refere-se ao programa de partido e ao próprio programa da candidata. Com exceção de Brice Bragato, que apresentou programa do PSOL, nenhuma candidata postou programa de partido, mas sete exibiram seus próprios programas. Isso mostra o pequeno envolvimento das candidatas com a ideologia do partido, podendo revelar um laço frouxo entre essas mulheres e suas agremiações, até mesmo porque apenas uma candidata ressaltou sua militância partidária, enquanto mais da metade deu algum destaque à sua militância na política.

Eleições 2010 em comparação com as eleições 2002 e 2006

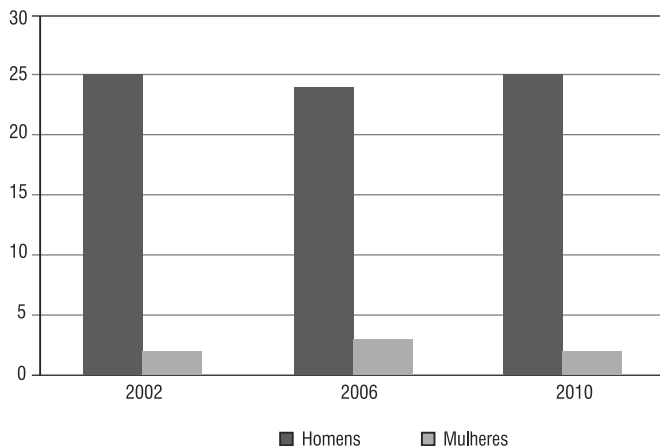
O propósito derradeiro da presente pesquisa é avaliar se houve, no pleito de 2010, em relação às duas eleições anteriores, avanço ou recuo no percentual de mulheres eleitas ao governo do Estado. A importância de verificar em que medida houve evolução ou retraimento desse número pode ser equiparada à relevância de medir se os esforços dos movimentos de mulheres e das entidades feministas têm surtido efeito prático na busca pela ampliação da cidadania eleitoral das mulheres, com a demanda pela igualdade de acesso ao processo decisório das instâncias formais de poder.

Vale lembrar, para uma análise o menos simplória possível dos dados, que é relativamente recente, no Brasil, o evento que registra mulheres como ocupantes eleitas do maior cargo executivo do governo de um Estado. Roseana Sarney, herdeira de uma das famílias mais poderosas do Nordeste, foi a primeira mulher a ser eleita governadora. Sua posse ocorreu em 1994, no Maranhão. Segundo dados fornecidos pelo *site* do Tribunal Superior Eleitoral, embora Roseana Sarney tenha sido a única candidata eleita, outras 12 mulheres se candidataram, em várias regiões do país, ao mesmo cargo. Ao menos três delas detinham um forte potencial competitivo e chegaram ao final do 2º turno com mais de 40% dos votos: Lucia Vania, de Goiás; Antonia Navarro, da Paraíba, e Angela Amin, de Santa Catarina. Com base nas informações obtidas, duas eleições mais tarde não houve avanços expressivos no percentual de candidatas e tampouco de eleitas.

Nas eleições 2002, do total de candidatos ao governo do Estado, 9,85% eram mulheres, saindo da disputa eleitoral apenas duas governadoras eleitas. Esse resultado representa um avanço, se comparado aos pleitos de 1994 e 1998. Já em 2006, o percentual demonstra um pequeno aumento, significativo, porém bastante insatisfatório. Das 26 mulheres candidatas aos governos estaduais, que representavam 12,68% do total das candidaturas para o cargo, três se elegeram: Ana Julia Vasconcelos Carepa, do Pará; Wilma Maria de Faria, do Rio Grande do Norte, e Yeda Rorato Crusius, do Rio Grande do Sul. O Gráfico 1 ilustra essas proporções, incluindo os resultados das eleições 2010.

Com relação à disputa eleitoral de 2010, o número de candidaturas femininas sofreu um decréscimo considerável, quando 18 mulheres concorreram ao cargo de governadoras e apenas duas se elegeram. Mas, afinal de contas, o que tais dados representam? Matematicamente, eles apenas enfocam uma não progressão, ou em outras palavras, um padrão não evo-

lutivo das candidaturas e do sucesso eleitoral das mulheres candidatas ao cargo de governadoras. Politicamente, sugerem sérias defasagens quanto à participação, inclusão e representação feminina nos espaços públicos de decisão, ou seja, nas instâncias de poder que conformam a política, em sua natureza formal. Enfim, apontam para índices que problematizam não só a baixa representatividade das mulheres na política, mas também os padrões de invisibilidade impostos a essa parcela da população pelas relações desiguais de gênero, que contribuem para as dificuldades enfrentadas pelas mulheres na disputa e na conquista efetiva por uma maior inserção na cidadania política.

Gráfico 1
Candidatos eleitos para o governo do Estado, por sexo
Brasil – 2002, 2006 e 2010

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Considerações finais

Como pôde ser observado ao longo das discussões levantadas na presente pesquisa, o cenário político brasileiro, em pleno século XXI, ainda se encontra caracterizado como um espaço de participação limitada, em que somente indivíduos historicamente situados como sujeitos políticos conseguem reunir recursos suficientes e imediatos para se inserirem nas instâncias formais de poder (são esses sujeitos predominantemente masculinos, instruídos e brancos). Enquanto isso, a outra parcela da sociedade, composta por minorias sociais, se mantém atrelada a sérias situações de

exclusão. As mulheres, por exemplo, à revelia da obtenção do direito de voto e de elegibilidade, continuam ocupando uma parcela muito reduzida das posições de poder e essa marginalidade não é nada mais nada menos do que um dos reflexos do sintoma da sua exclusão, das restrições e dos constrangimentos que têm cerceado suas aptidões não só para atuarem na vida política e no mundo do trabalho, mas também nas várias esferas em que se faz necessária sua ampla participação.

Uma face dessa problemática foi particularmente tratada neste artigo, a que se refere à presença e/ou ausência das mulheres na vida política institucional. De acordo com os propósitos delineados, o estudo se fez com base na localização dessa participação em termos de desigualdades e especificidades de gênero, recorte que possibilitou alterar algumas interpretações que têm por tradição ignorar esses referenciais nas disputas por domínio no campo político. Os resultados apresentados sustentam algumas observações muito relevantes acerca da relação entre as candidaturas de mulheres ao cargo de governadoras e os padrões de gênero que possivelmente ajudaram a diferenciá-las no interior do processo eleitoral.

No caso das candidaturas femininas ao Executivo estadual, o constatado desalinhamento político e ideológico das candidatas com os movimentos feministas não implica necessariamente afirmar que essas candidaturas tenham ficado à margem dos programas e metas encabeçados pelas feministas com vistas a alterar o quadro da baixa participação das mulheres na vida política. O não compromisso com um tipo de agenda que fosse favorável à maior equidade de gênero e à superação das desigualdades entre os sexos, antes de ser uma escolha, se impõe de forma muito mais contundente como uma estratégia própria que envolve as candidaturas majoritárias, em especial as que visam o Executivo estadual. Demonstrar maior proximidade com um determinado segmento da sociedade, no caso as mulheres, em detrimento do montante da população, pode gerar efeitos indesejados, já que é mais comum o tratamento amplo e indiscriminado dos temas entre os candidatos ao governo estadual, independente de serem homens ou mulheres.

De maneira similar, a pesquisa constatou que as oito mulheres candidatas ao cargo de governadoras construíram suas identidades políticas, em muitos momentos, com base nas imagens normativas de gênero. O uso das atribuições domésticas, que se desdobram no papel materno, nos afazeres como donas de casa e nas funções de esposa, surge como fórmula elementar que resume todas as supostas vantagens adjacentes às experiências femininas e que podem ser aproveitadas na política.

Curiosamente, a preocupação de moldar sua imagem política a referências concretas da vida privada e a regras morais de decoro e dedicação na vida familiar não é traduzida em preocupações equivalentes no que se refere aos temas políticos de interesse particular das mulheres. Longe dos nichos temáticos que realmente interferem na vida das mulheres, como aqueles que tratam da violência de gênero ou do fim da divisão sexual do trabalho, as candidatas mostram um perfil de preferências temáticas similares ao dos homens, o que estimula a pensar sobre os múltiplos percalços que ainda cercam a conquista de uma representação política que seja definitiva para as mulheres, inclusive capacitando-as a enfrentar os estereótipos de gênero.

Referências

ÁLVARES, M. L. M. Mulheres brasileiras em tempo de competição eleitoral: seleção de candidaturas e degraus de acesso aos cargos parlamentares. **Dados** – Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, v. 51, n. 4, p. 895-939, 2008.

ARAÚJO, C. Partidos políticos e gênero: mediações nas rotas de ingresso das mulheres na representação política. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, n. 24, p. 193-215, 2005.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres. Conselho Nacional de Direitos da Mulher. **II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres**. Brasília, 2008.

CONFERÊNCIA Nacional de Mulheres Brasileiras, 2002, Brasília. **Plataforma Política Feminista***.* Brasília, jun. 2002.

COSTA, A. A. A. O movimento feminista no Brasil: dinâmica de uma intervenção política. In: MELO, H. P. de; PISCITELLI, A.; MALUF, S. W.; PUGA, V. L. (Orgs.). **Olhares feministas***.* Brasília: Ministério da Educação, Unesco, 2009, p. 51-81.

FARAH, M. F. S. Gênero e políticas públicas. **Revista Estudos Feministas,** Florianópolis, v. 12, n. 1, p. 47-71, 2004.

HAHNER, J. **A mulher brasileira e suas lutas sociais e políticas: 1850-1937**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1981.

MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. Mídia e representação política feminina: hipóteses de pesquisa. **Opinião Pública**, Campinas, Universidade Estadual de Campinas, v. 15, n. 1, p. 55-81, 2009.

NADER, M. B. A condição masculina na sociedade. **Revista Dimensões**, Vitória, Ufes, n. 14, p. 461-480, 2002.

PIMENTEL, S. **A mulher e a Constituinte.** São Paulo: Cortez, Educ, 1987.

PINTO, C. R. J. **Uma história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

SCHPUN, M. R. Entre feminino e masculino: a identidade política de Carlota Pereira de Queiroz. **Cadernos Pagu**, v. 12, p. 331-377, 1999.

SCOTT, J. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Revista Educação e Realidade**, Porto Alegre, v.16, n. 2, p. 5-22, jul./dez. 1990.

SINGER, P. O feminino e o feminismo. In: BRANDT, V. C.; SINGER, P. (Orgs.). **São Paulo***:* o povo em movimento*.* Petrópolis: Vozes, 1981, p. 109-141.

SOARES, V. Movimento feminista. Paradigmas e desafios. **Estudos Feministas**, Rio de Janeiro, ano 2, p. 11-24, jul./dez. 1994.

VARIKAS, E. O pessoal é político: desventuras de uma promessa subversiva. **Revista Tempo**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 59-80, 1996.

As mulheres na disputa para o Senado no processo eleitoral de 2010

Sonia Wright*
Eulália Lima Azevedo**
Joselita Santana***

No presente estudo, são apresentados dados referentes à eleição de senadoras e senadores em 2010 numa perspectiva de gênero, bem como algumas considerações sobre os resultados observados, com ênfase para o exame dos *blogs*/*sites* de candidatas com reais chances de vitória e candidatos nessa mesma situação nos Estados dessas postulantes.

Inicialmente, situa-se essa disputa eleitoral num contexto mais amplo, em que os partidos têm a maior relevância,[1] assim como seu posicionamento em relação ao governo da presidenta Dilma Rousseff. Institucionalmente, os partidos são os responsáveis pelo apoio ou não a candidaturas femininas, influindo decisivamente na efetiva eleição de mulheres para a Câmara Alta brasileira.

* Profa. Dra. da Universidade Federal da Bahia (UFBA), pesquisadora permanente do Núcleo de Estudos Interdisciplinares sobre a Mulher (Neim/UFBA) e pesquisadora associada do Consórcio Bertha Lutz.
** Profa. Dra. da Pós-Graduação Lato Senso e pesquisadora associada do Neim/UFBA. Pesquisadora voluntária do Consórcio Bertha Lutz.
*** Bolsista do Consórcio Bertha Lutz e aluna do Bacharelado em Gênero e Diversidades da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

[1] Sobre a importância dos partidos e coligações na determinação de candidaturas e sucesso na disputa eleitoral, ver Santos (1999) e Araújo (2001).

Comparam-se, ainda, os resultados de 2010 com os de 2006, considerando-se o capital político[2] acumulado por candidatas e candidatos, como a reeleição e o exercício de mandatos em outras instâncias dos Poderes Legislativo e Executivo.

Outro aspecto ressaltado é o impacto da Lei Ficha Limpa[3] nas candidaturas e eleição de parlamentares ao Senado, principalmente no que se refere à repercussão da não aplicação da Lei em mandatos de mulheres votadas para essa instância legislativa.

Por fim, analisam-se os *blogs* e *sites* de candidatas e candidatos com possibilidade de vitória em 12 Estados. Estas informações permitem verificar a utilização desse novo instrumento de propaganda eleitoral por parte de concorrentes à mais alta instância do Legislativo, numa perspectiva de gênero, além de possibilitarem uma melhor compreensão a respeito do capital político dessas candidaturas, traçando-se comparações de gênero quanto à sua construção e acúmulo.

O contexto mais amplo

Em 2010, foram disputadas 54 vagas para o Senado, duas para cada um dos 27 Estados brasileiros. De um total de 223 (TSE, 2011) candida-

[2] Utiliza-se aqui a concepção de capital político de Bourdieu (1996), usado também por Miguel (2003). Bourdieu conceitua o capital político como uma diferenciação fruto da desigualdade na distribuição dos poderes, o que assegura a seus detentores uma forma de apropriação privada de bens e de serviços públicos (residências, veículos, hospitais, escolas), ou seja, a patrimonialização de recursos coletivos. O capital político é adquirido nos aparelhos sindicais e partidários, entre outros, e transmitido por meio de redes de relações familiares que levam à constituição de verdadeiras dinastias políticas, privilégios e estilos de vida.
Já para Miguel, o capital político implica o reconhecimento da legitimidade daqueles indivíduos e grupos para agir na política, baseando-se em porções de capital cultural (treinamentos para a ação política), capital social (redes de relações estabelecidas) e capital econômico (que dispõe de ócio suficiente para a prática política). O autor afirma que o capital político permite que alguns indivíduos e grupos, mais do que outros, sejam aceitos como atores políticos, capazes de agir politicamente. Portanto, em sua visão, capital político e carreira política estabelecem entre si uma relação dialética, em que, de um lado, para avançar na carreira, necessita-se de capital político e, de outro, a ocupação dos mais elevados cargos amplia esse mesmo capital. O autor assinala ainda o caráter de competição permanente no campo político, que se estrutura de forma hierárquica e piramidal, estando os eleitores em sua base e os líderes no topo, em menor número, o que gera a disputa.

[3] A Lei Complementar n. 135/2010, conhecida como Lei da Ficha Limpa, é o resultado de uma mobilização da sociedade civil, por meio de uma iniciativa popular sobre a vida pregressa de candidatas e candidatos, com o objetivo de tornar mais rígidos os critérios de inelegibilidades. Foram coletadas mais de 1,3 milhão de assinaturas em favor da nova Lei, o que corresponde a 1% dos eleitores brasileiros. Ela foi sancionada em 4 de junho de 2010. Em março de 2011, o Supremo Tribunal Federal decidiu por sua não aplicação nas eleições de 2010, o que permitirá então a posse de políticos barrados pela nova Lei, como é o caso do candidato a senador do Amazonas, Jader Barbalho, do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB).

turas, apenas 29[4] foram de mulheres, ou seja, pouco mais de um décimo (13,0%) do conjunto de postulantes. Ressalte-se que oito Estados, com maior concentração no Norte e Centro-Oeste (Acre, Amapá, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Paraíba, Piauí, Rio de Janeiro e Tocantins) não tiveram nenhuma candidata ao Senado. Um dos fatores disso, talvez o primordial, é a falta de mecanismos institucionais, dos e para os **partidos**, que garantam a participação feminina, na forma de candidaturas ao Senado.

Observa-se, por exemplo, que o PMDB, partido que mais elegeu senadores (16), não apresentou nenhuma mulher como candidata a esse cargo. A literatura (ARAÚJO, 2005; ALVAREZ, 2008)[5] indica que são os partidos maiores, com "caciques" consolidados, os mais avessos ao recrutamento de mulheres para a disputa de cargos, principalmente os mais altos, geralmente ocupados por eles mesmos.

Outro partido considerado grande, o PSDB, lançou quatro candidatas ao Senado, de um total de 17, ou seja, cerca de um quarto das postulações era de mulheres. Dos homens, o partido elegeu quatro e, das mulheres, apenas Lúcia Vânia, de Goiás (GO), que está sendo processada pelo Superior Tribunal Federal (STF) por crime contra a administração pública.[6] Proporcionalmente, ela representa um quinto do total.

No entanto, o tamanho do partido não é o único fator quando se avaliam as oportunidades de representação das mulheres. A ideologia partidária é outro fator a se considerar. Enquanto o PSDB é classificado

---

[4] Esses dados e os que serão apresentados a seguir foram coletados do TSE, em 1/10/2010, e organizados pelo Centro Feminista de Estudos e Assessoria (Cfemea). No entanto, segundo o TSE, em 23/02/2011, no DF, Rosana Chaib, do PCB, teve seu registro negado antes das eleições; no PI, com Marineide Albuquerque, do PSOL, aconteceu o mesmo; e, em SC, Joaninha, do PSTU, aparece no *site* do TSE como não apta, pois sua candidatura foi indeferida, mas está com recurso.

[5] Araújo (2005, p. 198-199) observa as seguintes variações quanto à magnitude dos partidos no recrutamento feminino: os de médio porte tendem a eleger mais candidatas, e os muito grandes ou muito pequenos tendem a eleger menos. A autora também verifica que os partidos nanicos tendem a apresentar elevado percentual de candidatas, cuja elegibilidade é muito pequena.

Alvarez (2008), por sua vez, argumenta que o processo de indicação, votação e homologação das candidaturas pelos membros dos diretórios, núcleos ou setoriais dos partidos brasileiros possui regras institucionalizadas que, formalmente, não excluem as mulheres. Mas, legal ou estatutariamente, não há um impedimento à entrada das mulheres na arena eleitoral. No entanto, informalmente, os procedimentos de indicação são frouxos, prevalecendo "a composição da lista nominal como arranjo dos dirigentes partidários sem que haja uma consulta direta aos/às filiados/as" e a "entrega de uma única relação de competidores para aprovação pela assembléia". A autora observa ainda que sem capital político familiar ou ativismo sindical, a maioria das mulheres deixa de oferecer seu nome como candidata ou ser selecionada como tal. Sua inserção ocorre por meio de serviços de panfletagem ou organização de eleitores em tempo eleitoral. Por outro lado, ela reconhece que os partidos têm demonstrado interesse em agregar mulheres, como pode ser observado pela existência de instâncias de mulheres, uma das fontes de recrutamento de candidatas.

[6] O inquérito n. 2.099 encontrava-se, em 11/01/2011, com vistas para a Procuradoria Geral da República (STF, 2001).

ideologicamente como de centro (AMES, 2003),[7] o PT, igualmente considerado um partido grande e de esquerda, respaldou a candidatura ao Senado de cinco mulheres e 17 homens, uma proporção de mulheres equivalente a um quarto das candidaturas. Quanto aos resultados, o PT elegeu oito senadores (Jorge Viana, do Acre, Walter Pinheiro, da Bahia, José Pimentel, do Ceará, Delcídio Amaral, do Mato Grosso do Sul, Humberto Costa, de Pernambuco, Wellington Dias, do Piauí, Lindberg Farias, do Rio de Janeiro, e Paulo Paim, do Rio Grande do Sul) e três senadoras (Gleisi, do Paraná, Ângela Portela, de Roraima, e Marta Suplicy, de São Paulo). Ou seja, as mulheres petistas eleitas para o Senado aproximam-se da porcentagem estabelecida como cota mínima para os sexos, prevista na Lei Eleitoral para os cargos legislativos proporcionais.[8] Esse resultado é fruto de um comprometimento histórico e ideológico do PT com essa bandeira.[9] Registre-se ainda que a Secretaria de Mulheres desse partido faz parte da direção executiva do mesmo – com direito a voz, mas sem direito a voto (PT, 2011) –, garantindo-se assim um espaço para debate sobre a temática da participação e representação feminina na mais alta instância partidária. Verifica-se, portanto, um melhor desempenho eleitoral das mulheres candidatas desse partido de esquerda, ao compará-lo com o PSDB, de centro.

Essa influência ideológica na eleição de mulheres pode também ser observada no Partido Socialista Brasileiro (PSB), uma agremiação política de esquerda, cuja representação no cenário nacional cresceu nessas últimas eleições. Esse partido foi o que proporcionalmente apresentou mais mulheres candidatas ao Senado (duas num universo de sete) e elegeu uma, numa bancada senatorial de três parlamentares, ou seja, um terço de sua representação é feminina, um pouco acima da cota legal.

Ainda representando partidos de esquerda, o PCdoB lançou a candidatura de duas mulheres e sete homens. Desse total de nove postulantes, elegeu-se uma mulher, Vanessa Grazziotin, do Amazonas (AM), a única representante do partido eleita para o Senado. O Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), que disputou vagas para o Senado com oito mulheres e 24 homens, elegeu, sem utilizar coligações, Marinor Brito, no Pará, que

[7] Para esse autor, a direita é constituída por Democratas (DEM), Partido Trabalhista Brasileiro (PTB) e Partido Progressista (PP); o centro pelo PMDB e PSDB; e esquerda pelo PT, Partido Socialista Brasileiro (PSB), Partido Democrático Trabalhista (PDT) e Partido Comunista do Brasil (PCdoB).

[8] Ela não é uma exigência legal para o cargo majoritário do Legislativo, nem do Executivo, mas tem servido de parâmetro para a constituição de Secretarias e Ministérios governamentais.

[9] Foi Marta Suplicy (PT/SP) a autora do projeto que deu origem à primeira Lei de Cotas em 1995.

representa metade da bancada desse partido na Câmara Alta.[10] A literatura sobre o assunto[11] afirma que esse aspecto ideológico é um fator determinante na eleição. Registre-se a ausência de Heloísa Helena, de Alagoas, entre as postulantes que se elegeram pelo PSOL, não conseguindo voltar ao Senado, após ter sido candidata do partido à Presidência da República em 2006. Ela ficou na terceira colocação em termos de votos, com 417.636 sufrágios, 16,6% do total de votos do seu Estado.

O PP, considerado um partido de direita por Ames (2003), apresentou dez candidaturas ao Senado, sendo duas de mulheres. Desse total, foram eleitos três senadores e uma senadora, Ana Amélia, do RS. Proporcionalmente, em vista do pequeno número de candidatas (um quinto do total), seu desempenho eleitoral aproximou-se do número de eleitas do PSDB.

Comparando os resultados de 2010 com os de 2006 e eleições anteriores

Em 2006, quando a renovação do Senado foi de um terço, isto é, apenas uma vaga por Estado, das/os 202 candidatas/os ao cargo, 32 eram mulheres (15,8%) (TSE, 2011). Já nas eleições de 2010, foram disputadas 54 vagas para o Senado, duas para cada um dos 27 Estados brasileiros, e, embora não tenha havido aumento significativo de candidaturas (223), as mulheres estavam presentes em menor número (29, ou 13% do total), havendo assim um decréscimo da participação feminina para esse cargo na disputa eleitoral, em comparação a 2006. Veja no Anexo B a composição atual do Senado.

Em eleições anteriores, verificaram-se pequenas oscilações. Em 2002, foram 38 candidatas, 11,9% do total, contra 319 candidaturas masculinas, o maior número das últimas eleições. Em 1998, 23 mulheres disputaram vagas senatoriais e, embora em menor número em relação a 2002, a participação feminina foi maior (14,0%), pois o número de homens concorrentes (164) foi significativamente menor. O grande salto foi de 1994 para 1998, quando aumentaram significativamente as candidaturas de mulheres ao Senado, pois em 1994 apenas 17 (7,3%) dos postulantes eram mulheres e os homens somavam 232 concorrentes às duas vagas senatoriais por Estado, como ilustra a Tabela 1.

---

[10] Em 24 de abril de 2011, ela ainda ocupava o cargo, e não Jader Barbalho, inicialmente barrado pela Lei da Ficha Limpa. O processo de perda de mandato é longo e só se encerra com a publicação do acórdão pelo STF.

[11] Ver Santos (1999) e Alvares (2008).

Tabela 1
Candidaturas ao Senado, por sexo
Brasil – 1994-2010

Anos	Mulheres		Homens		Total	
	Números absolutos	%	Números absolutos	%	Números absolutos	%
1994	17	7,3	215	92,7	232	100,0
1998	23	12,3	141	87,7	164	100,0
2002	38	10,6	281	89,4	319/	100,0
2006	32	15,8	170	84,2	202	100,0
2010	29	13,0	194	87,0	223	100,0

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral –TSE.

Nota-se que quando a renovação do Senado é de um terço, o desempenho das mulheres como candidatas é melhor do que em 1994, 2002 e 2010, com renovação de dois terços, embora as candidaturas femininas tenham crescido nesses períodos eleitorais (7,3%, 10,6% e 11,7%). Esses dados podem significar que nas eleições para um terço do Senado há maior concentração nos cargos majoritários, enquanto naquelas para dois terços existe concorrência interna com outra candidatura, o que dificulta a eleição feminina.

O aumento significativo da participação feminina entre 1994 e 1998 pode ser compreendido como o "efeito contágio" da adoção da Lei de Cotas para as candidaturas proporcionais. Já no período de 2002 a 2010, houve um fortalecimento dos partidos de esquerda, dos movimentos sociais, inclusive os de mulheres e feministas, que contribuíram para a eleição do primeiro presidente da República do PT e de seus mandatos subsequentes. Este partido e outros de esquerda tendem a lançar maior número de candidaturas femininas. Ressalva-se, no entanto, que a candidatura de duas mulheres à Presidência não influenciou num maior número de candidatas ao cargo mais alto do Legislativo.

Analisando a concorrência eleitoral para o Senado, segundo os Estados, verifica-se que historicamente o Rio de Janeiro é o Estado com mais candidatas à Câmara Alta do país (12) a partir de 1994, seguido pelo Pará, com oito mulheres postulantes, começando em 1998, Rio Grande do Sul, com sete candidatas desde 1994, e Paraná, com seis concorrentes mulheres. Ressalta-se que as regiões Sul, Sudeste e Norte possuem o melhor desempenho quanto ao lançamento de mulheres concorrentes ao Senado, nesse espaço de tempo.

Amapá e Goiás apresentaram cinco candidatas no período de 1994 a 2006, mesmo número registrado em São Paulo e Mato Grosso, sendo que não houve nenhuma candidatura feminina em 1998, no primeiro Estado, e em 1994 e 1998, no segundo. Acre, Minas Gerais e Roraima tiveram pelo menos uma candidata desde 1994, enquanto Pernambuco e Rio Grande do Norte lançaram quatro concorrentes mulheres a partir de 1998. Os Estados com menos candidaturas femininas nesse período foram: Maranhão, Mato Grosso do Sul, Rondônia e Sergipe (três); Alagoas, Piauí e Tocantins (duas); e Bahia, Distrito Federal e Espírito Santo (uma). Ou seja, concentram-se no Nordeste e Centro-Oeste os Estados que menos têm favorecido a participação de mulheres na disputa por esse cargo majoritário. Confirmando a literatura a respeito, nota-se que, quanto maior o número de candidatas, maiores são as chances de vitória.

Quanto aos partidos, o PMDB, que em 2010 não candidatou nenhuma mulher, havia lançado uma mulher em 2006, entre os seus 12 concorrentes. Houve, portanto, um recuo com relação à participação feminina na disputa do mais alto cargo do Legislativo por parte desse grande partido de centro. Dos 21 candidatos ao Senado lançados em 2010 pelo PMDB, 16 foram eleitos, contra quatro em 2006, das 12 candidaturas já citadas, que continuam com mandato até 2015, totalizando, assim, uma bancada de 19 senadores, já que o senador Garibaldi Alves Filho licenciou-se para assumir o Ministério da Previdência Social, assumindo então a sua vaga Paulo Davim, do PV.

Percebe-se que o PMDB aprimorou seu resultado eleitoral, conseguindo eleger proporcionalmente o dobro de postulantes, mas recuou no que se refere à participação feminina no processo eleitoral no âmbito do Senado.

Por sua vez o PT, que lançou duas mulheres e oito homens em 2006, não conseguiu eleger nenhuma das candidatas e apenas dois concorrentes do sexo masculino naquela eleição. Já em 2010, esse partido mais que dobrou o número de candidaturas ao Senado (22) e de mulheres postulantes (cinco). Três delas foram eleitas e oito homens, totalizando 11 parlamentares, um resultado expressivamente melhor do que o alcançado em 2006 para essa instância legislativa. Ana Rita Esgário (PT-ES), suplente do governador capixaba Renato Casagrande, do PSB, fará parte da bancada feminina no Senado, juntamente com outras três, cujos mandatos estendem-se até 2015. A bancada do PT no Senado passou de dez para 15 senadoras e senadores.

Em 2010, o PSDB elegeu uma senadora e quatro senadores e continuam cinco até 2015, contra 14 eleitos em 2006, o que significa um grande decréscimo nesse período.

Da mesma forma o DEM, que em 2006 era o Partido da Frente Liberal (PFL), com seis senadores, em 2010 elegeu apenas dois (José Agripino, RN, e Demóstenes Torres, GO, ambos reeleitos), uma imensa redução na bancada, três vezes menor. Dos atuais parlamentares, três têm mandato até 2015, sendo duas mulheres – Katia Abreu (TO) e Maria do Carmo Alves (SE) – e Jayme Campos (MT). Rosalba Ciarlini (RN), eleita governadora, foi substituída por Garibaldi Alves, do PMDB, que é pai do senador Garibaldi Alves Filho.

Candidaturas e pessoas eleitas para o Senado em 2010

Nas eleições de 2010, houve uma mudança com relação aos Estados que mais lançavam candidaturas femininas ao Senado. O Rio Grande do Sul destacou-se por apresentar quatro mulheres para a disputa, sendo que o Rio de Janeiro, até então com o maior número de concorrentes do sexo feminino, não teve nenhuma postulante mulher. Sete Estados registraram duas candidatas (Amazonas, Bahia, Ceará, Maranhão, Pernambuco, Roraima e São Paulo) e 11 lançaram apenas uma candidatura feminina (Alagoas, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás, Minas Gerais, Pará, Paraná, Rio Grande do Norte, Rondônia, Santa Catarina e Sergipe). Por fim, oito Estados não tiveram nenhuma postulante mulher (Acre, Amapá, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Paraíba, Piauí, Rio de Janeiro e Tocantins). Observa-se, portanto, que em 2010 confirmou-se o fraco desempenho de Estados situados no Norte, Centro-Oeste e Nordeste (Quadro 1).

Quadro 1
Distribuição dos Estados, segundo número de candidaturas femininas ao Senado
Brasil – 2010

Candidaturas femininas	Estados
Sem candidata	AC, AP, MS, MT, PB, PI, RJ, TO
Uma candidata	AL, DF, ES, **GO**, MG, **PA**, **PR**, RN, RO, SC, SE
Duas candidatas	**AM**, **BA**, CE, MA, PE, **RR**, **SP**
Quatro candidatas	**RS**

Fonte: Centro Feminista de Estudos e Assessoria – Cfemea.
Nota: Estados em negrito correspondem àqueles com candidatas eleitas.

Entre as/os 54 senadoras/es eleitas/os**,** a maioria pertence a partidos que integram a base de apoio ao governo federal e a minoria integra a

oposição, sendo que um dos partidos faz oposição pela esquerda, que é o caso do PSOL, da senadora Marinor Brito, do PA. A base aliada no Senado que apoia o governo federal atualmente é constituída de muitos partidos, sendo os principais o PT e o PMDB. Com as/os eleitas/os em 2010, a base aliada foi ampliada. Portanto, o novo Senado revela-se favorável a Dilma Rousseff. O PT de Dilma e o PMDB de Michel Temer, seu vice, foram os grandes vencedores na votação para o Senado. As duas siglas conquistaram praticamente metade das 54 vagas em disputa.

Enquanto o PT e o PMDB cresceram no Senado, o PSDB e o DEM reduziram-se. A bancada pedetista também diminuiu de seis para quatro e a petebista passou de sete para seis. A bancada do PSB ficou com o mesmo tamanho, hoje de três senadoras/es, enquanto o PCdoB também ganhou uma segunda cadeira, com Vanessa Grazziotin (AM). Destaca-se, por fim, a eleição de Marinor Brito (PSOL-PA), que, mesmo sem coligação, alcançou a segunda colocação e a vaga por conta do processo que corre contra Jader Barbalho no Supremo Tribunal Federal (STF). Essa parlamentar constitui, com Randolfe Rodrigues, do Amapá, a bancada do partido no Senado.

Das oito senadoras eleitas, seis pertencem à base do governo, sendo que as duas de oposição diferenciam-se por seu posicionamento ideológico – uma mais à direita (Ana Amélia, do PP-RS) e outra mais à esquerda do governo (Marinor, do PSOL-AM). As eleitas têm em comum o fato de apresentarem alta escolaridade (superior completo), exercendo profissões como farmacêutica, professora, economista, jornalista, advogada, psicóloga e psicanalista.

Novas/os representantes e senadoras/es reeleitas/os

A oposição, constituída principalmente pelo PSDB e o DEM, elegeu apenas sete senadoras/es, 16% das/os novas/os senadoras/es em 2010. Entre os senadores derrotados, figuram políticos que pareciam imbatíveis nas urnas até recentemente, como Arthur Virgílio (PSDB-AM), líder do partido na Casa por sete anos, o ex-presidente do PSDB Tasso Jereissati (PSDB-CE), o primeiro-secretário do Senado, Heráclito Fortes (DEM-PI), seu antecessor no cargo, Efraim Morais (DEM-PB), e o ex-vice-presidente da República Marco Maciel (DEM-PE). O PSDB e o DEM, principais partidos hoje na oposição, só elegeram sete parlamentares para o Senado.

Um aspecto a ser assinalado é que, das 54 vagas em disputa, pelo menos 16 foram ocupadas por senadores reeleitos, entre eles o ex-presidente

do Senado Renan Calheiros (PMDB-AL) e o líder do governo, Romero Jucá (PMDB-RR). Outros quatro renunciaram ao Senado porque se elegeram para o governo do Estado: Rosalba Ciarlini (DEM), no Rio Grande do Norte; Renato Casagrande (PSB), no Espírito Santo; Raimundo Colombo (DEM), em Santa Catarina; e Tião Viana (PT), no Acre.

Tentaram a reeleição 30 senadoras/es, sendo que 16 foram reeleitas/os. Esse número é superior aos nove reeleitos de 1994 e aos 14 de 2002, as duas últimas eleições em que o Senado renovou dois terços de suas bancadas.

Entre os reeleitos, há apenas uma mulher – Lúcia Vânia (PSDB-GO). Uma senadora perdeu a disputa para a Presidência, Marina Silva (PV-AC), e outra foi eleita deputada estadual, Patricia Saboya (PDT-CE). Entre as/os senadoras/es que não conseguiram se reeleger está Fátima Cleide (PT-RO), cerca de um décimo do total. Entre as/os oito senadoras/es que perderam a eleição para governador(a), encontra-se Ideli Salvatti (PT-SC), ou seja, um pouco mais de um décimo é do sexo feminino. Quatro senadoras/es não conseguiram se eleger deputadas/os federais, como é o caso de Serys Slhessarenko (PT-MT), um quarto do total. Das/os senadoras/es eleitas/os, 14 são ex-prefeitas/os, como Lídice da Mata (PSB-BA) e Marta Suplicy (PT-SP).

Entre as candidaturas ao Senado que foram indeferidas pela Justiça com base na Lei da Ficha Limpa, destacam-se a de Maria de Lourdes Abadia (PSDB-DF), cujo registro foi aprovado pelo TRE-DF, mas negado pelo TSE,[12] e a de Jader Barbalho (PMDB-PA), que teve o registro liberado pelo TRE-PA, foi inicialmente barrado pelo TSE, mas foi beneficiado pela decisão do STF contrária à aplicação da Lei Ficha Limpa em 2010, o que pode repercutir no mandato de Marinor Brito (PSOL-PA).

A seguir apresenta-se a análise dos *blogs* e *sites* estudados.

Análise dos *blogs* e *sites* de candidatas/os ao Senado em 2010

Procedimentos metodológicos

Nesta parte da pesquisa priorizou-se o acompanhamento das candidaturas femininas com 5% ou mais de intenções de voto de acordo com o Ibope e Datafolha e das candidaturas masculinas mais votadas nos

[12] Seu processo de impugnação de registro de candidatura ainda tramita no TSE, no entanto ela não chegou a disputar a eleição.

Estados dessas mulheres, até a terceira colocação (veja Anexo A). Foram pesquisadas/os, portanto, candidatas/os de 12 Estados (AL, AM, BA, ES, GO, PA, PR, RN, RS, RO, RR e SP), num total de 37 aspirantes ao Senado. Os únicos Estados analisados com mais de uma candidata foram Rio Grande do Sul e Roraima.

Foram preenchidas planilhas com dados dos *blogs* e *sites* dos postulantes pesquisados, num total de 37 planilhas, sendo 23 homens e 14 mulheres. Os dados dessas planilhas foram então processados por estatístico da equipe de pesquisa e analisados pelo grupo encarregado do acompanhamento da participação das mulheres no processo eleitoral de 2010 para o Senado (Tabela 2).

Tabela 2
***Blogs* e *sites* analisados, por sexo das/os concorrentes ao Senado, segundo Estados – 2010**

Estados	Mulheres	Homens	Total
Alagoas	1	2	3
Amazonas	1	2	3
Bahia	1	2	3
Espírito Santo	1	2	3
Goiás	1	3	4
Pará	1	1	2
Paraná	1	3	4
Rio Grande do Norte	1	3	4
Rio Grande do Sul	2	1	3
Rondônia	1	1	2
Roraima	2	1	3
São Paulo	1	2	3
Total	**14**	**23**	**37**

Fonte: Consórcio Bertha Lutz – CBL.

Os aspectos observados foram: desempenho dos Estados e regiões quanto a candidaturas e votação de mulheres aspirantes ao Senado; profissão; militância política; vínculo partidário; exercício de cargos públicos; eficácia ou não do capital político acumulado; votação e colocação das candidatas e candidatos pesquisados; alinhamento ou não com o governo federal; representação de grupos; e referências visuais presentes em fotos, vídeos e chamadas.

Análise dos resultados

Nestas eleições, disputaram vagas no Senado 29 mulheres, de 20 Estados, sendo que 18 pertencem a pequenos partidos de esquerda (PSOL, PCB, PSTU, PCO e PV), que geralmente não se coligam, nem entre si, e, portanto, têm chances bastante reduzidas de elegerem suas candidatas.[13] Desses partidos, o único a conquistar uma representação feminina no Senado foi o PSOL.

Agrupando-se os Estados analisados por região, observa-se que três são do Nordeste (AL, BA, RN), quatro do Norte (AM, PA, RO e RR), dois do Sudeste (ES, SP), um do Centro-Oeste (GO) e dois do Sul (PR e RS). Ou seja, o Norte destaca-se por englobar mais Estados (4) com candidatas competitivas, enquanto no Centro-Oeste há apenas um. Chama a atenção o fato de as Regiões Norte e Nordeste registrarem o maior número de candidatas viáveis. O Rio Grande do Sul, no entanto, sobressai por ser o Estado que mais lançou candidatas ao Senado (4). Abigail Pereira, do PCdoB do RS, ficou na 4ª colocação em seu Estado, com 13,4% dos votos.

Cerca da metade das candidatas exerce profissão na área de educação (professoras e pedagogas), enquanto, entre os candidatos, apenas um é professor. Em seguida, vêm as profissionais da área de comunicação (jornalistas), que somam cerca de um quinto do total. Os homens, inversamente, são majoritariamente advogados e engenheiros. Esse quadro confirma a literatura que constata uma divisão sexual do trabalho, em que mulheres exercem profissões principalmente da área de educação, considerada feminina, enquanto os homens predominam no setor das ciências exatas e tecnológicas, tido como espaço masculino[14] (Tabela 3).

Sobre suas vidas públicas, as candidatas ressaltam majoritariamente sua militância, enquanto menos da metade dos candidatos assinala esse aspecto. Inversamente, a maioria dos homens enfatiza sua participação em partidos, embora mais da metade das mulheres também o faça, como mostra a Tabela 4.

---

[13] Segundo Araujo (2005), a participação desses partidos na disputa eleitoral tem como objetivo divulgar ideias, mais do que atingir um coeficiente eleitoral que permita sua presença nos espaços formais de poder.

[14] Ver Bruschini e Lombardi (2007), Rago (1997) e Nicholson (2000), entre outras autoras.

Tabela 3
Candidatos/as ao Senado analisados/as, por sexo, segundo profissões
2010

Profissão	Mulheres	Homens	Total
Advogado(a)	1	7	8
Professor(a) e pedagogo(a)	7	1	8
Jornalista	3	2	5
Engenheiro	0	4	4
Parlamentar	0	2	2
Servidor/a público/a	1	2	2
Administrador	0	1	1
Economista	1	0	1
Empresário	0	1	1
Farmacêutica	1	0	1
Metalúrgico	0	1	1
Não informada	1	0	1
Procurador de justiça	0	1	1
Psicóloga e psicanalista	1	0	1
Tec. de telecomunicações	0	1	1

Fonte: Consórcio Bertha Lutz – CBL.
Nota: Múltiplas respostas.

Tabela 4
Candidatas/os ao Senado analisadas/os, por sexo, segundo aspectos da vida pública
2010

Aspectos da vida pública	Mulheres		Homens	
	Sim	Não	Sim	Não
Militância social	10	4	11	12
Vida partidária	8	6	19	4
Cargos públicos não eleitos	2	12	8	15
Cargos eleitos	10	4	23	0

Fonte: Consórcio Bertha Lutz – CBL.
Nota: Múltiplas respostas.

A experiência em cargos públicos não eleitos é quase inexistente entre as mulheres e pouco expressiva entre os homens (cerca de um terço deles já participou de funções administrativas não eleitas). Mas no que se refere a cargos eleitos, a unanimidade dos homens e mais de dois terços das mulheres já exerceram mandatos, como ilustra a Tabela 4.

Enquanto mais da metade (14) dos 23 homens pesquisados disputa a reeleição, o número de mulheres é mínimo: três, do total de 14, ou seja,

cerca de um quinto. O número de candidatos que detêm cargo em outro nível do Poder Legislativo é o dobro daquele referente às candidatas na mesma condição. Praticamente todos os homens candidatos já tiveram outro cargo em outro nível do Poder Legislativo, enquanto menos de um terço das mulheres desfruta desse capital político acumulado (Tabela 5).

Tabela 5
Candidatas/os ao Senado analisadas/os, por sexo, segundo capital político
2010

Capital político	Mulheres		Homens	
	Sim	Não	Sim	Não
Está concorrendo à reeleição	3	11	14	9
Tem cargo em outro nível do Poder Legislativo	7	7	15	8
Teve outro cargo em outro nível do Poder Legislativo	10	4	22	1

Fonte: Consórcio Bertha Lutz – CBL.
Nota: Múltiplas respostas.

Somente uma mulher cumpriu mais de cinco mandatos (Wilma Faria, do PSB-RN), enquanto oito homens já possuem esse tempo de experiência na política institucional. Do total de candidatas/os, apenas mulheres não tinham experiência prévia na política formal (Gleisi, do PT-PR, Ana Amélia, do PP-RS, e Abigail Pereira, do PCdoB-RS), conforme pode ser observado na Tabela 6. Há candidatas que concorreram ao cargo de deputada federal, prefeita e vereadora, mas nenhuma a deputada estadual, embora tenha havido uma governadora que postulou ser eleita para o Senado, sem sucesso. A experiência das candidatas pesquisadas é maior na competição legislativa do que na executiva, principalmente nos altos cargos desse último Poder.

Tabela 6
Candidatas/os ao Senado analisadas/os, por sexo, segundo número de mandatos cumpridos – 2010

Mandatos cumpridos	Mulheres	Homens	Total
1	2	3	5
2	1	0	1
3	2	3	5
4	3	6	9
5	2	3	5
Mais de 5	1	8	9
Nenhum	3	0	3
Total	**14**	**23**	**37**

Fonte: Consórcio Bertha Lutz – CBL.

Os partidos aos quais as candidatas e candidatos analisados estão vinculados são: PMDB e PSDB (de centro); PCdoB, PSB, PSOL e PT (de esquerda). Há ainda PP, PR, DEM e PSDC (Tabela 7).

Tabela 7
Candidatas/os ao Senado analisadas/os, por sexo, segundo partidos a que estão vinculados – 2010

Partidos	Mulheres	Homens	Total
PMDB	0	9	9
PT	4	3	7
PSDB	2	4	6
PCdoB	2	1	3
PP	1	2	3
DEM	0	2	2
PR	0	2	2
PSB	2	0	2
PSOL	2	0	2
PSDC	1	0	1
Total	**14**	**23**	**37**

Fonte: Consórcio Bertha Lutz – CBL.

Com relação aos *blogs* e *sites* das candidaturas analisadas, o conteúdo principal, tanto para candidatos como para candidatas, é a notícia. Em segundo lugar estão as biografias e, em terceiro, o contato com o eleitor. A retórica utilizada, tanto por mulheres como por homens, é propositiva. A linguagem dos homens é majoritariamente didática, enquanto a das mulheres é principalmente informativa. O ideário apresentado é quase que totalmente ideológico. E a competência, universal.

As chamadas dos *blogs*/*sites* também dão prioridade absoluta à biografia da/o candidata/o e ao contato com o eleitor, vindo em seguida as notícias, a agenda e a música da campanha. Os discursos ocupam apenas 15,4% das chamadas, o que demonstra sua pouca importância para as campanhas.

Os concorrentes – na totalidade das mulheres e quase a totalidade de homens – colocam-se como representantes de grupos. Os jovens constituem o grupo que mais encontra defensores entre os postulantes ao Senado, seguidos pelas pessoas aposentadas, regiões geográficas específicas e determinadas categorias profissionais, conforme Tabela 8.

Tabela 8
Candidatas/os ao Senado analisadas/os, por sexo, segundo grupos defendidos
2010

Grupos defendidos	Mulheres	Homens	Total
Jovens	12	12	24
Aposentadas/os	6	7	13
Região geográfica	6	7	13
De uma categoria profissional	8	4	12
Sindicato de trabalhadores	5	5	10
Movimento de mulheres e feminismo	10	0	10
Empresariado	5	5	10
Outros	3	7	10
Grupo de movimento étnico	3	5	8
Deficientes físicos	2	3	5
Igreja	0	2	2
Movimento LGBT	1	0	1

Fonte: Consórcio Bertha Lutz – CBL.
Nota: Múltiplas respostas.

Ressalte-se que o movimento de mulheres e feministas é defendido por dez das 14 candidatas e por nenhum homem, demonstrando-se, assim, a importância da presença feminina para concretizar a agenda das mulheres e feministas no Senado. Sete candidatas registraram a participação política das mulheres como tema a ser trabalhado, enquanto nenhum homem comprometeu-se com essa questão. As três prioridades correspondem a educação, saúde e emprego. Mesmo assim, 11 das 14 mulheres estudadas assinalaram os direitos das mulheres, enquanto apenas dois, dos 23 homens, o fizeram.

No que diz respeito às referências visuais utilizadas, a identificação partidária é a mais comum, tanto para homens como mulheres concorrentes ao Senado, às vezes tendo a sigla no fundo como símbolo.

Os vídeos foram realizados em sua quase totalidade com a/o candidata/o no estúdio, na forma de entrevista com os postulantes, ou então a/o candidata/o na rua e entrevistas com populares. Como nas fotos, verifica-se um baixo registro de vídeos da/o candidata/o em reunião partidária. Ressalta-se que metade das/os candidatas/os aparece com políticos em disputa para o governo do Estado, o que provavelmente revela a associação entre candidaturas majoritárias.

Quanto às fotos, as que estão mais presentes nos *blogs* e *sites* são de candidatas/os ao Senado com candidatas/os ao governo estadual. Em segundo lugar estão as fotos com outras/os candidatas/os ao Senado e só

em terceiro lugar aparecem aquelas com o presidente Lula (Tabela 9). Um dos pontos a serem aprofundados, entre outros, é a relação de candidatas ao Senado com postulantes ao Executivo estadual, o que pode ser objeto de cruzamento de dados da pesquisa.

Tabela 9
Candidatas/os ao Senado analisadas/os, por sexo, segundo presença, em seus *blog/sites*, de fotos dos postulantes com outros sujeitos – 2010

Fotos dos postulantes com outros sujeitos	Mulheres	Homens	Total
Políticos em disputa para o governo	7	18	25
Senador/a	5	15	20
Presidente	5	9	14
Prefeita/o	4	7	11
Vereador/a	5	5	10
Outros	6	2	8
Liderança de associação	5	2	7
Parente político	2	4	6
Líder religiosa/o	1	3	4
Ex-política/o	1	3	4

Fonte: Consórcio Bertha Lutz – CBL.
Nota: Múltiplas respostas.

Reafirmando teorias e levantando novas questões

O estudo permitiu, por um lado, reforçar alguns conhecimentos já consolidados e, por outro, trazer novos elementos para o debate. A investigação, por exemplo, evidencia o que a literatura afirma sobre a influência do tamanho e ideologia dos partidos no lançamento de candidaturas femininas.

Partidos maiores, como o PMDB, aparentemente são mais avessos ao recrutamento de mulheres para a disputa de cargos, principalmente os mais altos, geralmente ocupados por seus "caciques". É significativo o fato de esse partido não ter lançado nenhuma mulher ao Senado, em todo o Brasil.

Outro aspecto enfatizado pela literatura refere-se à questão ideológica dos partidos, em que aqueles de esquerda são os que mais lançam candidatas. Observou-se também a distribuição regional, com concentração nas regiões Nordeste e Centro-Oeste dos Estados que pouco têm favorecido a participação de mulheres na disputa eleitoral para o mais alto cargo Legislativo. Por outro lado, a reeleição é um capital político que favorece a pouca renovação do Senado, o que beneficia mais os homens que já se encontram no cargo ou que já tenham exercido vários mandatos do que

as mulheres, uma vez que estas estão ingressando mais recentemente na arena eleitoral senatorial.

Confrontando esses resultados com a análise dos *blogs*, verifica-se que mais da metade dos homens disputa a reeleição, enquanto o número de mulheres nessa situação é mínimo. Acrescente-se a isso o número de candidatos que detêm cargo em outro nível do Poder Legislativo, que é o dobro daquele referente às candidatas na mesma condição. Praticamente todos os candidatos homens tiveram outro cargo em outro nível do Poder Legislativo, contra menos de um terço das mulheres. Só uma mulher já cumpriu mais de cinco mandatos, no entanto, oito homens já possuem esse tempo de experiência na política institucional. Do total de candidatas/os, somente mulheres estavam disputando um cargo eletivo pela primeira vez, sem experiência prévia na política formal.

No entanto, um elemento novo é constatar que, quando a renovação do Senado é de um terço, o desempenho das mulheres enquanto candidatas é melhor do que nos períodos com renovação de dois terços, embora a participação feminina tenha evoluído a cada mandato. Esse fator interno ao sistema eleitoral deve ser levado em conta nas eleições para o Senado, a fim de melhorar o desempenho feminino.

Destaca-se, ainda, que a Lei da Ficha Limpa teve sérias consequências nas eleições do Senado: Marinor Brito, do PSOL-PA, por exemplo, talvez tenha seu mandato reduzido pela não aplicação da Lei em 2010. A implementação da Lei concretizará a luta da sociedade brasileira contra a corrupção e outros crimes eleitorais.

Outro aspecto a ser aprofundado é que a candidatura de duas mulheres à Presidência parece não ter incrementado o número de candidatas ao Senado e sua consequente eleição. O exemplo do “alto” talvez não atinja o funcionamento da máquina partidária nos Estados, embora a maior bancada de senadoras eleitas tenha sido do PT, com uma candidatura feminina ao Executivo federal.

Chama a atenção o fato de que os vídeos e as fotos que mais aparecem nos *blogs* e *sites* analisados são das/os candidatas/os ao Senado com políticas/os em disputa para o governo estadual, o que provavelmente revela a associação entre candidaturas majoritárias. Verifica-se, portanto, uma prioridade para a parceria entre as candidaturas estaduais majoritárias, o que demanda um aprofundamento do estudo, cruzando dados com candidatas/os ao governo.

Por fim, o discurso de concorrentes ao Senado os coloca como representantes de grupos. A maioria das candidatas defende os direi-

tos das mulheres, bem como o movimento de mulheres e feministas e a participação política das mulheres, enquanto nenhum homem comprometeu-se com essa questão. Esse posicionamento reforça a tese de Anne Phillips (2001) da validade de uma política de presença, e não só de ideias.

Referências

ÁLVARES, M. L. M. Mulheres brasileiras em tempo de competição eleitoral: seleção de candidaturas e degraus de acesso aos cargos parlamentares. **Dados**, Rio de Janeiro, Iuperj, v. 51, n. 4, 2008.

AMES, B.; PEREIRA, V. **Os entraves da democracia no Brasil**. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

ARAUJO, C. Partidos políticos e gênero: mediações nas rotas de ingresso das mulheres na representação política. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, 2005.

BOURDIEU, P. **Razões práticas**: sobre a teoria da ação. Campinas: Papirus, 1996.

BRUSCHINI, C.; LOMBARDI, M. R. Trabalho e gênero no Brasil nos últimos dez anos. **Cadernos de Pesquisa**, v. 37, n. 32, p. 537-572, 2007.

MIGUEL, L. F. Capital político e carreira eleitoral: algumas variáveis na eleição para o Congresso brasileiro. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, UFPR, v. 20, p. 115-134, 2003.

NICHOLSON, L. Interpretando o gênero. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, UFSC, ano 8, 2º semestre 2000.

PHILLIPS, A. De uma política de idéias a uma política de presença? **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, UFSC, 2º semestre 2001.

RAGO, M. Trabalho feminino e sexualidade. In: PRIORE, M. del (Org.). **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 1997.

SANTOS, F. Instituições eleitorais e desempenho do presidencialismo no Brasil. **Dados**, Rio de Janeiro, Iuperj, v. 42, n. 1, 1999.

Sites consultados

<www.congressoemfoco.uol.com.br>. Acesso em 24/04/2011.

<http://www.pt.org.br/>. Acesso em 11/01/2011.

<http://www.senado.gov.br/>. Acesso em 11/01/2011.

<http://www.stf.jus.br/>. Acesso em 11/01/2011.

<http://www.tse.gov.br/>. Acesso em 11/01/2011

ANEXO A

Intenções de votos, quantidade de votos, participação no total e colocação das/os candidatas/os ao Senado – Brasil – 2010

Estado	Candidata/o	Partido	Coligação	Intenções de votos (%)	Quantidade de votos	Participação no total (%)	Colocação
Alagoas	Benedito de Lira	PP	PSC / PPS / DEM / PSB / PSDB	35,0	904.345	35,94	1º lugar
	Renan	PMDB	PDT / PT / PMDB / PR / PRP / PC do B / PT do B	54,0	840.809	33,42	2º lugar
	Heloisa Helena	*PSOL*	*Sem coligação*	*41,0*	*417.636*	*16,60*	*3º lugar*
Amazonas	Eduardo Braga	PMDB	PRB / PP / PTB / PMDB / PTN / PSC / DEM / PRTB / PHS / PMN / PTC / PRP / PC do B	80,0	1.236.970	42,07	1º lugar
	Vanessa Grazziotin	**PC do B**	**PRB / PP / PTB / PMDB / PTN / PSC / DEM / PRTB / PHS / PMN / PTC / PRP / PCdoB**	**39/,0**	**672.920**	**22,89**	**2º lugar**
	Artur	PSDB	–PPS / PV / PSDB	34,0	644.340	21,91	3º lugar
Amapá	Randolph	PSOL	Sem coligação	28,0	203.259	38,94	1º lugar
	Gilvam Borges	PMDB	PTN / PSC / PPS / PV / PSDB	19,0	121.015	23	2º lugar
	Waldez	PDT	PRB / PP / PDT / PSL / PR / DEM / PHS / PC do B / PT do B	16,0	106.751	20,45	3º lugar
Bahia	Walter Pinheiro	PT	PRB / PP / PDT / PT / PSL / PHS / PSB / PCdoB	23,0	3.630.944	31,00	1º lugar
	Lidice	**PSB**	**PRB / PP / PDT / PT / PSL / PHS / PSB / PC do B**	**24,0**	**3.385.300**	**28,90**	**2º lugar**
	Cesar Borges	PR	PTB / PMDB / PTN / PSC / PR / PPS / PSDC / PRTB / PMN / PTC / PRP / PT do B	25,0	1.583.423	13,52	3º lugar
Ceará	Eunicio	PMDB	PRB / PDT / PT / PMDB / PSC / PSB / PC do B	35,0	2.688.833	36,32	1º lugar
	Pimentel	PT	PRB / PDT / PT / PMDB / PSC / PSB / PC do B	31,0	2.397.851	32,39	2º lugar
	Tasso Jereissati	PSDB	DEM / PSDB	63,0	1.754.567	23,70	3º lugar

(continua)

(continuação)

Estado	Candidata/o	Partido	Coligação	Intenções de votos (%)	Quantidade de votos	Participação no total (%)	Colocação
Distrito Federal	Cristovam Buarque	PDT	PRB / PDT / PT / PTB / PMDB / PPS / PHS / PTC / PSB / PRP / PC do B	38,0	833.480	37,27	1º lugar
	Rollemberg	PSB	PRB / PDT / PT / PTB / PMDB / PPS / PHS / PTC / PSB / PRP / PC do B	30,0	738.575	33,03	2º lugar
	Alberto Fraga	DEM	PP / PSC / PR / DEM / PSDC / PRTB / PMN / PSDB / PT do B	12,0	511.517	22,87	3º lugar
Espírito Santo	Ricardo Ferraço	PMDB	PRB / PP / PDT / PT / PMDB / PTN / PSC / PR / PSDC / PHS / PTC / PSB / PV / PRP / PC do B / PT do B	52,0	1.557.409	44,55	1º lugar
	Magno Malta	PR	PRB / PP / PDT / PT / PMDB / PTN / PSC / PR / PSDC / PHS / PTC / PSB / PV / PRP / PC do B / PT do B	59,0	1.285.177	36,76	2º lugar
	Rita Camata	*PSDB*	*PTB / PPS / DEM / PMN / PSDB*	*24,0*	*375.510*	*10,74*	*3º lugar*
Goiás	Demostenes Torres	DEM	PRB / PTB / PSL / PPS / DEM / PRTB / PHS / PMN / PTC / PSDB / PT do B	60,0	2.158.812	44,09	1º lugar
	Lúcia Vânia	**PSDB**	**PRB / PTB / PSL / PPS / DEM / PRTB / PHS / PMN / PTC / PSDB / PT do B**	**47,0**	**1.496.559**	**30,56**	**2º lugar**
	Pedro Wilson	PT	PT / PMDB / PC do B	19,0	878.910	17,95	3º lugar
Maranhão	Lobão	PMDB	PRB / PP / PT / PTB / PMDB / PSL / PTN / PSC / PR / DEM / PRTB / PMN / PV / PRP / PT do B / PHS	42,0	1.702.085	32,74	1º lugar
	João Alberto	PMDB	PRB / PP / PT / PTB / PMDB / PSL / PTN / PSC / PR / DEM / PRTB / PMN / PV / PRP / PT do B / PHS	33,0	1.546.298	29,74	2º lugar
	Zé Reinaldo	PSB	PPS / PSB / PC do B	16,0	727.602	13,99	3º lugar
Minas Gerais	Aécio Neves	PSDB	PP / PDT / PTB / PSL / PSC / PR / PPS / DEM / PSDC / PMN / PSB / PSDB	46,0	7.565.377	39,47	1º lugar
	Itamar Franco	PPS	PP / PDT / PTB / PSL / PSC / PR / PPS / DEM / PSDC / PMN / PSB / PSDB	26,0	5.125.455	26,74	2º lugar
	Pimentel	PT	PRB / PT / PMDB / PC do B	21,0	4.595.351	23,98	3º lugar

(continua)

(continuação)

Estado	Candidata/o	Partido	Coligação	Intenções de votos (%)	Quantidade de votos	Participação no total (%)	Colocação
Pará	Flexa Ribeiro	PSDB	PPS / DEM / PSDC / PRTB / PMN / PRP / PSDB	1,0	1.817.644	67,73	1º lugar
	Marinor Brito	**PSOL**	**Sem coligação**	**1,0**	**727.583**	**27,11**	**2º lugar**
	João Augusto	PSOL	Sem coligação	1,0	79.621	2,97	3º lugar
Paraíba	Vitalzinho	PMDB	PRB / PP / PT / PTB / PMDB / PSL / PSC / PR / PHS / PMN / PC do B / PT do B	21,0	869.501	35,37	1º lugar
	Wilson Santiago	PMDB	PRB / PP / PT / PTB / PMDB / PSL / PSC / PR / PHS / PMN / PC do B / PT do B	17,0	820.653	33,39	2º lugar
	Efraim Morais	DEM	PDT / PTN / PPS / DEM / PTC / PSB / PV / PRP / PSDB	22,0	692.451	28,17	3º lugar
Pernambuco	Armando Monteiro	PTB	PRB / PP / PDT / PT / PTB / PSL / PSC / PR / PSDC / PHS / PTC / PSB / PRP / PC do B / PT do B	32,0	3.142.930	39,87	1º lugar
	Humberto Costa	PT	PRB / PP / PDT / PT / PTB / PSL / PSC / PR / PSDC / PHS / PTC / PSB / PRP / PC do B / PT do B	47,0	3.059.818	38,82	2º lugar
	Marco Maciel	DEM	PMDB / PPS / DEM / PMN / PSDB	34,0	934.720	11,86	3º lugar
Piauí	Wellington Dias	PT	PRB / PT / PMDB / PTN / PR / PSB / PRP / PC do B	59,0	997.513	32,52	1º lugar
	Ciro Nogueira	PP	PP / PDT / PTB / PRTB / PHS / PTC / PT do B	27,0	695.875	22,69	2º lugar
	Mão Santa	PSC	PSC / PPS / DEM / PSDB	30,0	433.690	14,14	3º lugar
Rio Grande do Norte	Garibaldi Alves Filho	PMDB	PMDB / PR / PV	60,0	1.042.272	35,03	1º lugar
	José Agripino	DEM	PSL / PTN / PSC / DEM / PMN / PSDB	51,0	958.891	32,23%	2º lugar
	Vilma	*PSB*	*PT / PTB / PPS / PSB*	*43,0*	*651.358*	*21,89%*	*3º lugar*
Rondônia	Valdir Raupp	PMDB	PDT / PMDB / PRTB / PC do B / DEM	47,0	481.420	34,29	1º lugar
	Ivo Cassol	PP	PP / PTB / PSL / PTN / PPS / PSDC / PHS / PMN / PV / PRP	52,0	454.087	32,34	2º lugar
	Fátima Cleide	*PT*	*PT / PSB*	*26,0*	*225.300*	*16,05*	*3º lugar*

(continua)

(continuação)

Estado	Candidata/o	Partido	Coligação	Intenções de votos (%)	Quantidade de votos	Participação no total (%)	Colocação
Rio Grande do Sul	Paim	PT	PT / PR / PSB / PC do B	28,0	3.895.822	33,83%	1º lugar
	Ana Amélia Lemos	**PP**	**PRB / PP / PSL / PSC / PPS / PHS / PSDB / PT do B**	**32,0**	**3.401.241**	**29,54**	**2º lugar**
	Rigotto	PMDB	PDT / PMDB / PTN / PSDC	28/,0	2.445.881	21,24	3º lugar
Santa Catarina	Luiz Henrique da Silveira	PMDB	PTB / PMDB / PSL / PSC / DEM / PTC / PRP / PSDB	31,0	1.784.019	28,44	1º lugar
	Paulo Bauer	PSDB	PTB / PMDB / PSL / PSC / DEM / PTC / PRP / PSDB	22,0	1.588.403	25,32	2º lugar
	Vignatti	PT	PRB / PT / PR / PSDC / PRTB / PHS / PSB / PC do B	18,0	1.219.700	19,44	3º lugar
Sergipe	Eduardo Amorim	PSC	PRB / PDT / PT / PMDB / PSL / PSC / PR / PTC / PSB / PC do B	38,0	625.959	33,65	1º lugar
	Valadares	PSB	PRB / PDT / PT / PMDB / PSL / PSC / PR / PTC / PSB / PC do B	41,0	476.549	25,62	2º lugar
	Albano Franco	PSDB	Sem coligação	35,0	340.259	18,29	3º lugar
São Paulo	Aloysio Nunes	PSDB	PMDB / PSC / PPS / DEM / PHS / PMN / PSDB	não mencionado na pesquisa	11.189.168	30,42	1º lugar
	Marta Suplicy	**PT**	**PRB / PDT / PT / PTN / PR / PSDC / PRTB / PRP / PC do B / PT do B**	**32,0**	**8.314.027**	**22,61**	**2º lugar**
	Netinho	PC do B	PRB / PDT / PT / PTN / PR / PSDC / PRTB / PRP / PC do B / PT do B	17,0	7.773.327	21,14	3º lugar
Tocantins	João Ribeiro	PR	PRB / PTB / PTN / PSC / PR / DEM / PRTB / PMN / PTC / PV / PSDB / PT do B	31,0	375.090	27,96	1º lugar
	Marcelo Miranda	PMDB	PP / PDT / PT / PMDB / PSL / PPS / PSDC / PHS / PSB / PRP / PC do B	27,0	340.931	25,41	2º lugar
	Vicentinho Alves	PR	PRB / PTB / PTN / PSC / PR / DEM / PRTB / PMN / PTC / PV / PSDB / PT do B	23,0	332.295	24,77	3º lugar

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.
Nota: Os nomes em negrito correspondem às candidatas eleitas e aqueles em itálico referem-se às não eleitas.
Os/as candidatos/as eleitos/as são aqueles/as que ficaram em 1º e 2º lugares.

ANEXO B
Senadores e senadoras em exercício, segundo partidos e Estados
Brasil – 2011

Partidos	Estados	Senadores/as	Período
DEM	MT	Jayme Campos	2007-2015
DEM	TO	Kátia Abreu	2007-2015
DEM	SE	Maria do Carmo Alves	2007-2015
DEM	GO	Demóstenes Torres	2011-2019
DEM	RN	Jose Agripino	2011-2019
PCdoB	CE	Inácio Arruda	2007-2015
PCdoB	AM	Vanessa Grazziotin	2011-2019
PDT	RO	Acir Gurgacz	2007-2015
PDT	BA	João Durval	2007-2015
PDT	DF	Cristovam Buarque	2011-2019
PDT	MT	Pedro Taques	2011-2019
PMDB	SC	Casildo Maldaner	2007-2015
PMDB	RN	Garibaldi Alves	2007-2015
PMDB	PE	Jarbas Vasconcelos	2007-2015
PMDB	AP	Jose Sarney	2007-2015
PMDB	RS	Pedro Simon	2007-2015
PMDB	AM	Eduardo Barga	2011-2019
PMDB	CE	Eunício Oliveira	2011-2019
PMDB	AP	Gilvam Borges	2011-2019
PMDB	MA	João Alberto Souza	2011-2019
PMDB	MA	Lobão Filho	2011-2019
PMDB	SC	Luiz Henrque	2011-2019
PMDB	AL	Renan Calheiros	2011-2019
PMDB	ES	Ricardo Ferraço	2011-2019
PMDB	PR	Roberto Requião	2011-2019
PMDB	RR	Romero Jucá	2011-2019
PMDB	RO	Valdir Raupp	2011-2019
PMDB	PB	Vital do Rego	2011-2019
PMDB	MS	Waldemir Moka	2011-2019
PMDB	PB	Wilson Santiago	2011-2019
PMN	AC	Sérgio Petecão	2011-2019
PP	RJ	Francisco Dornelles	2007-2015
PP	RS	Ana Amelia	2011-2019
PP	AL	Benedito de Lira	2011-2019
PP	PI	Ciro Nogueira	2011-2019
PP	RO	Ivo Cassol	2011-2019
PPS	MG	Itamar Franco	2011-2019
PR	MG	Clésio Andrade	2007-2015
PR	MT	Blairo Maggi	2011-2019
PR	TO	João Ribeiro	2011-2019

(continua)

(continuação)

Partidos	Estados	Senadores/as	Período
PR	ES	Magno Malta	2011-2019
PR	TO	Vicentinho Alves	2011-2019
PRB	RJ	Marcelo Crivella	2011-2019
PSB	SE	Antonio Carlos Valadares	2011-2019
PSB	BA	Lídice da Mata	2011-2019
PSB	DF	Rodrigo Rollemberg	2011-2019
PSC	SE	Eduardo Amorim	2011-2019
PSDB	PR	Alvaro Dias	2007-2015
PSDB	PB	Cícero Lucena	2007-2015
PSDB	GO	Cyro Miranda	2007-2015
PSDB	PA	Mário Couto	2007-2015
PSDB	MS	Marisa Serrano	2007-2015
PSDB	MG	Aécio Neves	2011-2019
PSDB	SP	Aloysio Nunes Ferreira	2011-2019
PSDB	PA	Flexa Ribeiro	2011-2019
PSDB	GO	Lúcia Vânia	2011-2019
PSDB	SC	Paulo Bauer	2011-2019
PSOL	PA	Marinor Brito	2011-2019
PSOL	AP	Randolfe Rodrigues	2011-2019
PT	ES	Ana Rita	2007-2015
PT	AC	Aníbal Diniz	2007-2015
PT	SP	Eduardo Suplicy	2007-2015
PT	AM	João Pedro	2007-2015
PT	RR	Angela Portela	2011-2019
PT	MS	Delcídio do Amaral	2011-2019
PT	PR	Gleisi Hoffmann	2011-2019
PT	PE	Humberto Costa	2011-2019
PT	AC	Jorge Viana	2011-2019
PT	CE	Jose Pimentel	2011-2019
PT	RJ	Lindbergh Farias	2011-2019
PT	SP	Marta Suplicy	2011-2019
PT	RS	Paulo Paim	2011-2019
PT	BA	Walter Pinheiro	2011-2019
PT	PI	Wellington Dias	2011-2019
PTB	MA	Epitácio Cafeteira	2007-2015
PTB	AL	Fernando Collor	2007-2015
PTB	DF	Gim Argello	2007-2015
PTB	PI	João Vicente Claudino	2007-2015
PTB	RR	Mozarildo Cavalcanti	2007-2015
PTB	PE	Armando Monteiro	2011-2019
PV	RN	Paulo Davim	2011-2019

Fonte: Senado Federal, em 24/02/2011.

Cotas e movimentos sociais nas estratégias partidárias de inserção das mulheres na vida parlamentar: os casos do Rio de Janeiro e Ceará nas eleições 2010 para a Câmara dos Deputados

Fabiano Santos*
Carolina Almeida de Paula**
Joana Seabra***

Este texto trata do lançamento de candidaturas às eleições proporcionais, a partir de análise comparativa referente às estratégias dos partidos políticos para montagem de listas de candidatos, nos Estados do Rio de Janeiro e Ceará. As questões em torno das quais se construiu o estudo foram: teriam os partidos alguma estratégia de recrutamento partidário, em vista do secular problema da sub-representação feminina em nosso Parlamento? Quais seriam as consequências da presença ou ausência de tal estratégia em termos de perfil das listas de competidores/as para a Câmara dos Deputados, sobretudo no que tange a quantidade e o desempenho de mulheres no pleito? Em outras palavras, propõe-se identificar as estratégias partidárias de captura e apreensão de filiados/as com potencial eleitoral, com especial atenção para uma eventual preocupação em recrutar mulheres para o seio do partido. Nos casos em que tais estratégias foram reconhecidas, buscou-se detectar os métodos desenvolvidos pelas legendas, no sentido

* Doutor em Ciência Política (IUPERJ), Professor e Pesquisador do Instituto de Estudos Sociais e Políticos da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (IESP/UERJ).
** Mestre em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e doutoranda em Ciência Política (IESP-UERJ).
*** Graduada em Relações Internacionais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC/RJ), mestranda em Ciências Sociais pelo Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCIS/UERJ).

de fazer valer tal preocupação, além de seus efeitos sobre a definição de vagas nas listas de concorrentes e no desenvolvimento da campanha.[1]

Para melhor elucidação das questões levantadas e organização das respostas dadas ao questionário, foi desenvolvido um modelo analítico que permitiu averiguar o grau de consistência dos partidos com relação às estratégias de formação de listas de candidatas e seus efeitos sobre as chances de eleger mulheres. A ideia do modelo analítico é testar até que ponto os partidos possuem estratégias de recrutamento marcadas por critérios de gênero e em que medida tais estratégias, de fato, trazem resultados concernentes às chances de sucesso de diferentes candidaturas nas chapas proporcionais. Também foi possível, com este modelo, observar se a presença de mulheres nas listas responde mais a imposições legais, como é exemplo a Lei de Cotas, ou a características específicas das pessoas que são candidatas, independentemente de sua condição de gênero.

O grau de consistência foi montado a partir das respostas ao questionário, classificadas em quatro diferentes blocos (ver também Anexo metodológico): recrutamento partidário; participação das mulheres na instituição partidária; formação das chapas partidárias para as eleições 2010 e a Lei das Cotas (Lei 12.034/09); e recursos destinados pelos partidos aos seus candidatos à Câmara dos Deputados. Presumiu-se que respostas positivas para questões de um bloco indicam a presença de respostas positivas para questões do bloco anterior. Em outras palavras, o modelo de consistência supõe que, quanto mais isso for verdadeiro, mais o partido demonstra consistência em suas estratégias de recrutamento, tendendo a ser maior também a presença de mulheres em sua lista, ou, alternativamente, a eficiência eleitoral das mesmas.

O presente estudo é estruturado em cinco seções, além dessa introdução. Assim, a seguir, é feito um breve comentário do debate recente encontrado na literatura sobre gênero e política no Brasil, com ênfase na sub-representação feminina no Parlamento. Verifica-se que a discussão chegou a um ponto em que só mesmo a elucidação de estratégias individuais de partidos permite avanço significativo na teoria e empiria ao redor do

[1] Utilizando metodologia quantitativa e qualitativa, a pesquisa consistiu na aplicação de entrevista presencial semiestruturada com 14 partidos políticos (representados por líderes com cargos de direção) no Rio de Janeiro e 12 no Ceará, realizadas de setembro de 2010 a fevereiro de 2011, com média de duração de 50 minutos cada. Consideramos que as entrevistas com os/as dirigentes partidários/as em dois Estados constituem contribuição principal que a pesquisa trouxe à discussão recente em torno do tema. Do ponto de vista da análise empírica, sem dúvida, uma comparação entre dois Estados com características econômicas, sociodemográficas e de trajetória política distintas acabou fornecendo maior robustez às conclusões alcançadas.

tema. Na segunda seção, apresenta-se um panorama geral das eleições de 2010 para a Câmara dos Deputados (candidaturas e eleitos) nos Estados do Rio de Janeiro e Ceará, mostrando como o primeiro costuma mostrar resultados relativos melhores da perspectiva de gênero do que o segundo. Na quarta seção, expõe-se a metodologia adotada para a pesquisa junto aos partidos, ou seja, aplicação de questionários semiestruturados a dirigentes de partidos considerados relevantes nestas duas unidades da federação. Também são discutidos os fundamentos do modelo analítico desenvolvido para organizar teoricamente as informações.

A quinta seção pode ser considerada o fulcro deste texto. Os resultados da aplicação do *survey* são detalhadamente comentados à luz do modelo, primeiro em seus contornos mais gerais e depois especificamente sobre o padrão de respostas dos partidos às questões relativas ao problema de gênero na disputa eleitoral. Constata-se que a literatura acerta ao identificar partidos de esquerda como os que mais se preocupam com o tema e concretizam tal preocupação por meio de estratégias específicas, sendo a hipótese confirmada nos dois Estados. Contudo, não são quaisquer partidos de esquerda, mas sim os que possuem vínculos orgânicos com movimentos sociais ligados ao problema. E estes são apenas dois: PCdoB e PT.

Por fim, são apresentados os comentários conclusivos, articulando os achados oriundos do *survey* aos resultados eleitorais nos dois Estados. Ficou provado, neste ponto, que a adoção de estratégias específicas pelos partidos para a eleição de mulheres é ortogonal ao resultado eleitoral, não havendo, o que parece ainda mais intrigante, relação entre a adoção de estratégias e as decisões concernentes à distribuição de recursos de campanhas para os candidatos.

Breve revisão da literatura

Esta seção é dedicada a um pequeno levantamento, na literatura, sobre a participação das mulheres na política brasileira, sobretudo a respeito do desempenho das candidaturas femininas nas eleições para o Parlamento. Longe de almejar exaurir a produção acadêmica em torno do tema, o objetivo é tão somente apontar os principais caminhos tomados pelas pesquisas no Brasil, assim como os resultados encontrados até o momento.

De um ponto de vista mais geral, a literatura que envolve "mulheres e eleições" ocupa-se basicamente em entender os resultados eleitorais (mais especificamente, a intenção é mensurar o sucesso e o fracasso das

cotas), por meio de três aspectos: socioeconômicos, culturais e políticos. Os trabalhos que se debruçam sobre os fatores políticos (questões institucionais do sistema político) têm foco na relação entre os sistemas partidário e eleitoral, sendo que a discussão incide, essencialmente, sobre o debate entre lista aberta e lista fechada, com preferência pela fechada e representação proporcional. Neste caso, a Argentina seria o tipo ideal, na linha dos estudos de Mercedes Mateo-Diaz (2006). Mesmo quando as análises partem de uma explicação "institucionalista", como em alguns trabalhos de Clara Araújo (2007), o objetivo é entender a baixa elegibilidade de mulheres pela via de variáveis como número de candidaturas e eleitas.

Ressalta-se, portanto, a falta de estudos que entendam a baixa representação de mulheres no Legislativo por meio de uma perspectiva partidária organizacional, e não apenas como efeito de aspectos específicos do nosso sistema eleitoral, seja o formato da lista, seja a excessiva fragmentação do sistema partidário. Nesse sentido, a decisão de estudar estratégias partidárias leva a um entendimento dos critérios que regem o recrutamento de mulheres. A literatura internacional ofereceu pistas importantes a esse respeito, com o clássico estudo de Pipa Norris e Lovenduski (1995) e, mais recentemente, com a adaptação institucionalista do modelo oferta/demanda feita por Mona Lena Krook (2010). Para o caso nacional, Luzia Álvares (2008) talvez seja a única autora que se preocupou com o tema do recrutamento de mulheres e seleção de candidaturas. Contudo, após aplicar o esquema de Norris e Lovenduski, não se observa avanço claro para além da identificação das políticas dos partidos brasileiros de recrutamento de filiados/as e de definição da direção partidária. Não há, enfim, uma discussão sistemática até o presente momento concernente à relação entre políticas de recrutamento e definição dos cargos de direção e composição de listas e desempenho eleitoral.

A primeira grande contribuição sobre o tema da participação feminina na política brasileira advém dos estudos de Lúcia Avelar, cuja síntese pode ser encontrada em *Mulheres na elite política brasileira* (AVELAR, 2001). O argumento de fundo é que a sub-representação das mulheres na elite política expressa o fenômeno mais geral de desigualdade e cidadania segmentada que continua a caracterizar nossa sociedade, a despeito das inúmeras conquistas, recentemente alcançadas, em termos de igualdade formal e cidadania universal.

Contudo, o impulso mais propriamente político institucional no estudo da sub-representação feminina na democracia brasileira foi dado por

uma série de trabalhos publicados por Clara Araújo, em vários veículos nacionais e internacionais.

Em artigo publicado na *Revista de Sociologia Política*, Araújo (2005) procura entender os motivos pelos quais as características do sistema partidário brasileiro dificultariam a entrada das mulheres nos espaços de representação política. Segundo a autora, caberia avaliar a distinção no modo de militar entre homens e mulheres, bem como a dualidade tempo de militância e legenda. Em relação à militância das mulheres, é importante observar o lugar das mesmas nos partidos e os cargos na Executiva, além da ação de poder das organizações de mulheres. A questão básica seria: até que ponto essas organizações resultariam de mobilização efetiva? Em outras palavras, a existência destas não seria apenas uma espécie de efeito de contágio, com as agremiações visando ganhos políticos advindos da criação de tais instâncias no interior do partido?

Já as cotas foram incorporadas e efetivadas nesses sistemas pelo comprometimento dos partidos com essas medidas, além da pressão organizada das mulheres e da sua capacidade de interferir na construção das políticas de recrutamento e investimento eleitoral. Mas o que explicaria eventuais diferenças entre os partidos quanto à participação das mulheres nas listas e em seu desempenho eleitoral? Dois seriam os fatores: o desenho dos partidos, isto é, o potencial de que a, partir deste, o segmento de mulheres possa exercer influência sobre as dinâmicas políticas e organizacionais; e a força como grupo de pressão interna no momento em que são definidas as prioridades eleitorais.

Em outro texto em parceria com José Eustáquio Alves (ARAÚJO; ALVES 2007), o objetivo é entender porque, mais uma vez, as cotas não produziram efeitos significativos sobre a eleição de mulheres. Por meio de análise multivariada, são testadas variáveis referentes às candidatas à Câmara dos Deputados em 2002, como escolaridade e renda, e incluídas variáveis relativas ao Estado em que elas disputavam o cargo – por exemplo, número de cadeiras disponível e fatores socioeconômicos, como o IDH. O corte ideológico pareceu claro, sendo as legendas à esquerda do espectro mais receptivas. Ressalta-se que os testes indicaram que as candidatas foram mais bem-sucedidas nas grandes siglas de centro, leia-se PSDB e PMDB, do que nos pequenos partidos à direita do espectro.

Especificamente sobre a política de cotas, Araújo (2009) aponta para três tipos de análises: adoção; concretização; e balanço de resultados. Entre os fatores que podem interferir nas candidaturas e elegibilidade das mulheres – culturais, socioeconômicos e institucionais –, são analisados

o primeiro e o terceiro. A autora pondera a discussão do preconceito e discriminação às mulheres dentro dos partidos, ressalvando que as legendas são atores pragmáticos e, por isso, a estrutura político-institucional é perpassada por formas dominantes de relações de gênero, as quais operam com efeito inercial, não havendo resistência propriamente institucionalizada. É testada, então, a hipótese de que, quanto maior a densidade eleitoral do distrito (ou competitividade, na acepção de Santos, 1997), ou seja, a relação candidatos/vagas, mais difícil é a eleição de mulheres para a Câmara. O Estado do Rio de Janeiro aparece como exceção, pois o índice de competitividade é o mais alto do país e as candidaturas femininas têm bom desempenho relativo.

O fundamental, de acordo com Araújo, seria o peso do próprio partido e o capital individual da mulher que busca uma vaga. Assim, no caso brasileiro, as mulheres possuem "chances" maiores em Estados menores e economicamente menos desenvolvidos.

Esta última proposição abriu portas para o estudo comparativo entre Brasil e Argentina, feito por Araújo (2010), a partir de metodologia de *survey* semiestruturado. O foco do estudo recai sobre a relação das cotas com os sistemas eleitoral e partidário. No caso argentino, há referência bastante forte aos líderes dirigentes e à corrente interna à qual o/a candidato/a pertence, apresentando peso considerável na seleção de candidaturas. Considerando-se o conjunto dos partidos, certamente, tal referência não se aplica ao Brasil, onde parte das candidaturas femininas bem-sucedidas advém de laços de parentesco. Isto ocorreria mais sistematicamente nos partidos de perfil de centro-direita e de centro, enquanto a menção às necessidades e decisões de categorias/grupos sociais se faz mais presente entre partidos de esquerda ou de centro-esquerda. Já na Argentina, a indicação dos nomes das mulheres é parte das negociações internas aos partidos e entre suas diversas correntes.

O *personal vote* brasileiro também é objeto de exame no trabalho de Luiza Miranda Álvares (2008). Diante da constatação de que as candidaturas femininas permanecem numericamente inferiores às masculinas, apesar da ausência de empecilhos legais e das inúmeras vagas ociosas nas listas partidárias, Álvares analisa como estas são constituídas no sistema partidário brasileiro, sendo este um dos degraus de acesso à competição eleitoral. O argumento sustenta que o sistema partidário é o principal "porteiro" no recrutamento de candidaturas, influenciado pela disposição do sistema legal, pelas regras eleitorais, assim como por fatores pessoais.

O modelo de Álvares foca no agente selecionador – centralização/descentralização interna – e no processo de constituição das listas finais – por indicação/eleição. A autora verifica se os estatutos partidários[2] registram formalmente as regras para o processo de pré-seleção interna, bem como a disponibilidade de vagas para cargos eletivos, além de ressaltar o peso dos critérios informais (oferta de nomes de filiados e demandas específicas dos partidos). Álvares conclui que, no sistema brasileiro, prevalece a indicação por dirigentes de um perfil de aspirante ao cargo legislativo cuja carreira política seja valorizada pelo mercado eleitoral, expondo a racionalidade peculiar dos partidos em potencializar votos.

Assim, exposto este breve levantamento da literatura, é preciso definir como o presente texto pretende contribuir para o debate e de que forma a pesquisa avança em relação ao que se sabe sobre o tema. Este estudo procura explorar algo inédito, uma vez que se ocupa dos partidos a partir da individualidade de estratégias em cada legenda, pois, ainda que cumprir as cotas seja um objetivo em comum dos partidos em 2010, cada um lidou de uma maneira com essa imposição legal. Antes de avançar nessa direção, apresentam-se os motivos que levaram ao empreendimento da análise comparativa de dois Estados.

Análise dos resultados eleitorais de 2010 para a Câmara dos Deputados no Rio de Janeiro e no Ceará

Pelos resultados examinados, percebe-se que os casos do Rio de Janeiro e do Ceará até certo ponto se aproximam. De um ponto de vista global, ambos situam-se em faixa intermediária, no que diz respeito tanto ao número de mulheres candidatas, quanto ao de eleitas. Todavia, são Estados com diferenças sociodemográficas importantes. O Rio de Janeiro é um Estado economicamente desenvolvido, dotado de alta densidade populacional e com IDH relativamente alto. Ceará, por sua vez, embora apresente avanços sociais notáveis em período mais recente, ainda inclui em seu território segmentos em que a pobreza é predominante, além de possuir população significativamente menor. Ademais, no campo propriamente político, existe distinção marcada no que se refere ao indicador densidade da competição, na acepção de Araújo (2007), ou índice de competitividade, na denominação de Santos (1997), cuja finalidade é medir

---

[2] Esta análise toma como referenciais os modelos de *gatekeeper*, de Norris e Lovenduker, e de *selectorate*, de Reuven Hazan, este último aplicado aos estatutos de três partidos políticos brasileiros: PT, PMDB e PSDB.

a relação candidatos/vaga: enquanto no Rio de Janeiro este valor é um dos mais altos (17,3), no Ceará encontra-se em patamar bem inferior (5,5).

O fato de se tratar de dois Estados caracterizados por indicadores políticos, econômicos e sociais distintos, mas com desempenho aproximado na variável de interesse, ou seja, candidaturas femininas e mulheres eleitas, torna a comparação do que se passa no âmbito partidário destas unidades passo mais do que bem-vindo.

A Tabela 1 mostra como os partidos se comportaram no Rio de Janeiro no que tange o preenchimento das listas de candidatos/as e tendo a questão de gênero como variável de interesse. Considerando-se o marco legal de 30% de candidaturas femininas, apenas o PCdoB (32%) e o PSDB (31%), entre os partidos relevantes no Estado, acataram a norma. PSB (29%), PPS (29%), PT (27%), PR (27%) e PP (26%) vêm logo em seguida com margem reduzida de diferença, enquanto PDT (18%), PMDB (16%) e PV (16%) aparecem com desempenho significativamente menor, mas à frente do PTB (11%) e DEM (10%), claramente desprivilegiando as mulheres em suas listas.

Tabela 1
Candidaturas para a Câmara dos Deputados, por sexo e cotas, segundo partidos políticos
Estado do Rio de Janeiro – 2010

Partidos	Total	Mulheres	Homens	Cotas (%)
PMDB	36	6	30	16,66
PTB	17	2	15	11,76
PDT	43	8	35	18,60
PT	43	12	31	27,90
DEM	30	3	27	10,00
PCdoB	40	13	27	32,50
PSB	51	15	36	29,41
PSDB	32	10	22	31,25
PTC	18	6	12	33,33
PSC	19	6	13	31,57
PMN	26	9	17	34,61
PRP	18	5	13	27,77
PPS	17	5	12	29,41
PV	48	8	40	16,66
PT do B	61	15	46	24,59
PP	26	7	19	26,92
PSTU	4	1	3	25,00
PCB	1	0	1	0,00
PRTB	25	3	22	12,00
PHS	19	5	14	26,31
PSDC	8	2	6	25,00
PCO	0	0	0	0,00
PTN	17	3	14	17,64
PSL	31	9	22	29,03
PRB	55	15	40	27,27
PSOL	37	10	27	27,02
PR	65	18	47	27,69
Total	**787**	**196**	**591**	**24,90**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.
Nota: Dados preliminares 01 de outubro de 2010.

A situação no Ceará não é tão diferente, pois PSDB (41%) e PCdoB (33%) também apresentavam valores maiores do que o previsto pela lei de cotas. Além disso, PP (25%) e PR (25%) continuaram próximos deste patamar, assim como o PV (16%) ficou abaixo. A distinção é verificada no que ocorre, por um lado, com partidos à direita do espectro, como PTB (33%) e DEM (28%), alterando radicalmente sua posição relativa *vis-à-vis* a do Rio de Janeiro, e, por outro, com agremiações à esquerda, como o caso do PT (16%), PSB e PDT, estes dois últimos simplesmente sem candidaturas femininas para a Câmara por este Estado.

Tabela 2
Candidaturas para a Câmara dos Deputados, por sexo e cotas, segundo partidos políticos
Estado do Ceará – 2010

Partidos	Total	Mulheres	Homens	Cotas (%)
PMDB	11	1	10	9,09
PTB	3	1	2	33,33
PDT	2	0	2	0,00
PT	6	1	5	16,66
DEM	7	2	5	28,57
PCdoB	3	1	2	33,33
PSB	5	0	5	0,00
PSDB	12	5	7	41,66
PTC	4	0	4	0,00
PSC	1	0	1	0,00
PMN	3	0	3	0,00
PRP	1	0	1	0,00
PPS	4	2	2	50,00
PV	12	2	10	16,66
PTdoB	0	0	0	0,00
PP	4	1	3	25,00
PSTU	1	0	1	0,00
PCB	0	0	0	0,00
PRTB	4	0	4	0,00
PHS	6	1	5	16,66
PSDC	0	0	0	0,00
PCO	0	0	0	0,00
PTN	3	1	2	33,33
PSL	3	0	3	0,00
PRB	3	1	2	33,33
PSOL	6	2	4	33,33
PR	12	3	9	25,00
TOTAL	**116**	**24**	**92**	**20,68**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Nota: Dados preliminares 01 de outubro de 2010.

Quanto às candidaturas bem-sucedidas, as Tabelas 3 e 4 informam que, no Rio de Janeiro, somente PT, PCdoB, PSDB e PR elegeram mulheres, enquanto no Ceará o mesmo só ocorreu com o PR.

Tabela 3
Eleitos para a Câmara dos Deputados, por sexo e cotas, segundo partidos políticos
Estado do Rio de Janeiro – 2010

Partidos	Eleitos	Mulheres	Homens	Cotas (%)
PMDB	8	0	8	0,00
PTB	1	0	1	0,00
PDT	3	0	3	0,00
PT	5	1	4	20,00
DEM	2	0	2	0,00
PCdoB	1	1	0	100,00
PSB	3	0	3	0,00
PSDB	2	1	1	50,00
PTC	0	0	0	0,00
PSC	2	0	2	0,00
PMN	0	0	0	0,00
PRP	0	0	0	0,00
PPS	1	0	1	0,00
PV	2	0	2	0,00
PTdoB	0	0	0	0,00
PP	3	0	3	0,00
PSTU	0	0	0	0,00
PCB	0	0	0	0,00
PRTB	1	0	1	0,00
PHS	1	0	1	0,00
PSDC	0	0	0	0,00
PCO	0	0	0	0,00
PTN	0	0	0	0,00
PSL	0	0	0	0,00
PRB	1	0	1	0,00
PSOL	2	0	2	0,00
PR	8	1	7	12,50
Total	**46**	**4**	**42**	**8,69**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Tabela 4
Eleitos para a Câmara dos Deputados, por sexo e cotas, segundo partidos políticos
Estado do Ceará – 2010

Partidos	Eleitos	Mulheres	Homens	Cotas (%)
PMDB	5	0	5	0,00
PTB	1	0	1	0,00
PDT	1	0	1	0,00
PT	4	0	4	0,00
DEM	0	0	0	0,00
PCdoB	2	0	2	0,00
PSB	4	0	4	0,00
PSDB	2	0	2	0,00
PTC	0	0	0	0,00
PSC	0	0	0	0,00
PMN	0	0	0	0,00
PRP	0	0	0	0,00
PPS	0	0	0	0,00
PV	0	0	0	0,00
PTdoB	0	0	0	0,00
PP	1	0	1	0,00
PSTU	0	0	0	0,00
PCB	0	0	0	0,00
PRTB	0	0	0	0,00
PHS	0	0	0	0,00
PSDC	0	0	0	0,00
PCO	0	0	0	0,00
PTN	0	0	0	0,00
PSL	0	0	0	0,00
PRB	0	0	0	0,00
PSOL	0	0	0	0,00
PR	2	1	1	50,00
Total	**22**	**1**	**21**	**4,54**

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE. Dados 01 dezembro de 2010.

A apresentação dos resultados eleitorais no RJ e no CE tem a específica finalidade de observar o desempenho das mulheres desde a composição das chapas até a votação nominal obtida. A partir da próxima seção, a análise centra-se no exame dos graus de consistência das estratégias partidárias *vis-à-vis* a questão de gênero. Na conclusão do estudo, são feitas algumas reflexões em torno da existência de tais estratégias e seus efeitos sobre o desempenho das candidatas no pleito.

O desenho da pesquisa e o modelo analítico

Para estudar as atitudes dos/as dirigentes partidários/as dos Estados do Rio de Janeiro e Ceará, no que diz respeito à questão das mulheres na competição eleitoral para a Câmara dos Deputados em 2010, foi aplicado um questionário semiestruturado com 26 lideranças dos partidos, sendo 14 no Rio de Janeiro e 12 no Ceará.[3] Ao finalizar esta primeira etapa, o procedimento seguinte consistiu na criação de um modelo analítico – segmentado em quatro dimensões –, que averiguasse os graus de consistência no padrão de respostas dadas às perguntas que integraram o questionário. A ideia do modelo analítico é testar até que ponto os partidos políticos possuem estratégias de recrutamento marcadas por critérios de gênero e em que medida tais estratégias, de fato, trazem resultados concernentes às chances de sucesso de diferentes candidaturas nas chapas proporcionais. É possível, com este modelo, observar se a presença de mulheres nas listas responde mais a imposições legais, como é exemplo a Lei de Cotas, ou a características específicas das pessoas que são candidatas, independentemente de sua condição de gênero.

Para a construção do modelo, criaram-se quatro dimensões fundamentais: (i) recrutamento partidário; (ii) participação das mulheres na instituição partidária; (iii) formação das chapas partidárias para as eleições 2010 e a Lei de Cotas (Lei 12.034/09); (iv) recursos destinados pelos partidos aos seus candidatos à Câmara dos Deputados. Segundo a proposta do estudo, supõe-se que deve haver consistência retroativa no padrão de respostas dos dirigentes, isto é, respostas positivas às questões que compõem a dimensão (iv) significam que respostas positivas foram dadas às questões elencadas na dimensão (iii) e assim sucessivamente. Quanto mais consistente for uma agremiação, com mais tranquilidade pode-se afirmar que o partido possui uma política específica de gênero, quando suas respostas forem positivas e orientadas para as mulheres, ou se trata de mero ratificador de padrões tradicionais de exclusão, no caso em que suas atitudes forem o inverso.

A partir do modelo, é possível também associar padrões de consistência com características da própria agremiação, como colocação no espaço ideológico e modos de articulação com a sociedade civil. A respeito deste ponto, os resultados da pesquisa reiteram conclusões extraídas da

---

[3] Os critérios de seleção dos partidos envolvidos na pesquisa, bem como os procedimentos operacionais da mesma, encontram-se no Anexo metodológico.

literatura comentada anteriormente, que em geral têm sido alcançadas via análise de dados agregados: partidos de esquerda tendem a adotar políticas mais consistentes de gênero. Além disso, os resultados, extraídos de dados atitudinais, revelam a força da hipótese mais de fundo, ou seja, a de que a consistência de um partido será tanto maior e positiva, no sentido de haver estratégias específicas para as mulheres, quanto maior for a participação de associações ligadas à questão de gênero no seio da organização partidária.

Passa-se, então, à descrição das etapas de construção do modelo. Em relação à primeira dimensão – recrutamento partidário –, a pesquisa identificou as estratégias partidárias de captura e apreensão de filiados/as com potencial eleitoral. A análise segmenta-se em duas variáveis:

(A) *estratégias de recrutamento partidário geral* – estas podem ser de quatro tipos: 1 – aproximação de movimentos sociais, sindicais e raciais; 2 – cursos de formação política e palestras; 3 – campanhas na TV e Internet; 4 – ausência de estratégia;

(B) *estratégias de recrutamento partidário direcionadas para mulheres* – trata-se de variável binária (existe ou não existe). Em caso positivo, o modelo capta se há ação institucionalizada, ou seja, a existência de atividades sistemáticas/permanentes ou ocasionais.

Tendo em vista que o lançamento de candidaturas às eleições – proporcionais e majoritárias – apenas se torna possível devido ao recrutamento partidário, é necessário atentar para as formas em que o mesmo acontece nas diversas legendas. Assim, em relação à variável A (estratégias de recrutamento partidário geral), estabeleceu-se que a aproximação de movimentos sociais, sindicais e raciais seria um indicador positivo para um recrutamento mais inclusivo. Já a variável B expõe o caráter institucionalizado das estratégias específicas para mulheres. Por exemplo, consideram-se "institucionalizadas" as legendas que possuem secretarias e demais órgãos preocupados permanentemente com essa prática.

A segunda dimensão, designada participação das mulheres na instituição partidária, mensurou o estilo de atuação das mulheres dentro da organização partidária. Duas variáveis foram analisadas:

(A) *movimentos institucionais das mulheres no interior da legenda* – esta variável abrange quatro aspectos: 1 – existência de organizações internas de mulheres no partido; 2 – reconhecimento formal da organização de mulheres no estatuto do partido; 3 – mobilização da organização de mulheres; 4 – voto diferenciado das organizações de mulheres;

(B) *as mulheres e os cargos de direção na legenda* – esta variável (binária) mensura se existem ações afirmativas de composição das chapas para os cargos de direção.

Em consonância à hipótese apresentada anteriormente, considerou-se que respostas positivas das lideranças partidárias referentes às duas variáveis denotariam uma postura "pró-gênero".

A terceira dimensão do modelo – formação das chapas partidárias para as eleições 2010 e a Lei de Cotas (lei 12.034/09) – identificou qual a prioridade das legendas no que diz respeito às características políticas do candidato (diferenciando homens e mulheres), bem como a existência, ou não, de estratégias dos partidos para inserir mulheres nas chapas em 2010. Duas variáveis compõem esta dimensão:

(A) *principal característica política esperada de um candidato* – esta variável pode ser de seis tipos: 1 – já exercer mandato parlamentar na Câmara; 2 – não exercer mandato parlamentar atualmente, mas ter alguma experiência parlamentar prévia; 3 – representar um grupo de interesse ou associativo; 4 – ter expressão pública reconhecida em relação a um tema /questão de interesse do Estado; 5 – identificação com o programa do partido; 6 – todos os critérios anteriores;

(B) *estratégias da direção partidária para apoiar/estimular as candidaturas das mulheres* – variável binária (existe ou não existe).

A formação das chapas partidárias para as eleições consiste num momento fundamental para compreender melhor os mecanismos de operação das siglas, seja de maneira genérica no que tange ao papel das mulheres na política, seja no pleito de 2010, ano em que a Lei 12.034/09 vigorou pela primeira vez. Sobre o processo de formação das chapas partidárias das eleições 2010 e o papel das organizações de mulheres, intencionava-se saber se havia estratégias para inserir mulheres nas chapas e quais seriam estas. Para analisar a primeira variável, foi fornecida aos/às entrevistados/as uma lista de "qualidades" que, supostamente, conformariam um perfil esperado de um candidato. Assim, considerou-se que respostas afirmativas ao tipo 3, "representar um grupo de interesse ou associativo", caracterizariam legendas preocupadas com a inclusão de mulheres no processo de recrutamento.

Por fim, a quarta dimensão, relativa aos recursos destinados pelos partidos aos seus candidatos à Câmara dos Deputados, identificou como ocorre esta distribuição durante a campanha eleitoral, além de verificar quais os critérios da distribuição do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). Foram analisadas quatro variáveis nesta dimensão:

(A) *distribuição de recursos para campanha* – esta variável binária refere-se à igualdade na distribuição dos recursos entre o conjunto de candidatos de cada legenda. Verifica-se também a distinção na distribuição dos recursos via corte de gênero;

(B) *cotas na distribuição dos recursos para campanha e o corte de gênero* – esta variável binária capta se há diferença entre homens e mulheres no recebimento de recursos;

(C) *agentes responsáveis pela distribuição dos recursos para campanha* – esta variável pode ser de três tipos: 1 – comissão formada especialmente para a eleição, composta de membros da executiva e outras lideranças; 2 – executiva partidária; 3 – "dono" do partido;

(D) *critérios de distribuição do HGPE* – esta variável pode ser de sete tipos: 1 – todos os candidatos recebem o mesmo tempo; tipo 2 – visibilidade de quem tem votos; 3 – ter mandato parlamentar; 4 – distribuição por região onde o partido tem candidatos; 5 – quem pode pagar operacionaliza; 6 – a decisão é dos dirigentes; 7 – força política no partido.

É indiscutível a necessidade de recursos para conduzir uma candidatura para qualquer cargo eletivo no Brasil. Esta última seção do modelo analítico das organizações partidárias buscou identificar quais os recursos que os partidos destinam aos seus candidatos durante a campanha eleitoral, bem como os critérios da distribuição. Haveria investimento específico em candidaturas de mulheres? Por meio das variáveis A e B, é possível avaliar se existiu algum tipo de discriminação positiva em benefício das candidatas que integraram as chapas dos partidos que compõem o universo da pesquisa.

A seção seguinte traz análise comparativa dos resultados após aplicação do *survey* em dirigentes partidários de 14 agremiações no Rio de Janeiro e 12 no Ceará. O modelo servirá para organizar as informações e lançar luz sobre hipóteses correntes na literatura e novas eventualmente surgidas da própria análise.

As estratégias dos partidos políticos e a questão das mulheres na competição eleitoral para a Câmara dos Deputados: os casos do Rio de Janeiro e do Ceará

O teste do modelo analítico, delineado na seção anterior, terá como contexto do experimento os Estados do Rio de Janeiro e Ceará. Os questionários semiestruturados, fonte dos dados aqui apresentados, receberam o mesmo tratamento de análise em ambos os Estados. Assim, as questões

foram agrupadas de acordo com as quatro dimensões que foram consideradas fundamentais para compreensão das estratégias dos partidos na formação de lista de candidatas e eleição de mulheres em 2010. A exposição dos resultados da pesquisa é o objetivo principal desta seção do texto, por isso decidiu-se apresentá-los comparativamente dentro de cada dimensão do modelo. Ao fim de cada dimensão procurou-se destacar quais legendas possuem políticas específicas para as mulheres; dessa forma, ao findar a quarta dimensão, será possível avaliar a consistência das legendas em ações positivas às mulheres na vida interna do partido e, de maneira genérica, no pleito de 2010 nesses Estados.

Resultados da dimensão "recrutamento partidário"

Observa-se, por meio das informações do Quadro 1, que existe uma segmentação entre partidos que adotam estratégias de recrutamento próximas a movimentos coletivos e outros que recorrem a indivíduos isentos de vínculo associativo. De acordo com as categorias da pesquisa, os partidos que indicassem atitudes referentes ao tipo 1 na variável A, ou seja, "aproximação de movimentos sociais, sindicais e raciais", denotariam maior propensão à inclusão de mulheres na legenda. Assim, nesta situação, destacam-se PCdoB, PT, PSOL, PSC, PDT e PSB, no Rio de Janeiro, e PSOL, PDT, PCdoB e PT, no Ceará. Em relação à variável B, nota-se que apenas o PCdoB – tanto no RJ quanto no CE – possui ação institucionalizada para recrutar mulheres. Vale ressaltar que esta atitude, de acordo com as respostas dos/as entrevistados/as, diz respeito a um setor próprio da secretaria de mulheres do partido. Este segmento desenvolve ações periódicas, tais como a edição de uma revista cujo objetivo principal seria a atenção das mulheres para a política partidária e eleitoral. Contudo, ainda que esporadicamente, houve partidos que apresentaram algum tipo de estratégia para recrutar mulheres: PCdoB, PTB, PDT, PT, PV, PR e PMDB, no Rio de Janeiro, e PCdoB, PR, PTB, PSB e DEM, no Ceará.

Quadro 1
Distribuição dos partidos políticos, segundo variáveis da dimensão "recrutamento partidário"
Estados do Rio de Janeiro e Ceará

Variáveis da dimensão recrutamento partidário	**Partidos**	
	Rio de Janeiro	**Ceará**
Variável A – Estratégias de recrutamento partidário geral		
Tipo 1 – Aproximação de movimentos sociais, sindicais e raciais	PCdoB; PT; PSOL; PSC; PDT; PSB	PSOL; PDT; PCdoB; PT
Tipo 2 – Cursos de formação política e palestras	PR; PPS; DEM; PTB; PMDB	PSDB; PMDB; PR; PSB; PPS; DEM; PTB
Tipo 3 – Campanhas na TV e Internet	PV; PSDB	-
Tipo 4 – Ausência de estratégia	PP	PP
Variável B – Estratégias de recrutamento partidário direcionadas para mulheres (1)		
Não existe	DEM; PSOL; PPS; PSB; PSC; PSDB; PP	PSOL; PSDB; PMDB; PDT; PT; PPS
Existe	PCdoB; PTB; PDT; PT; PV; PR; PMDB	PCdoB; PR; PTB; PSB; DEM
Ação institucionalizada	PCdoB	PCdoB
Ação não institucionalizada	PTB; PDT; PT; PV; PR; PMDB	PR; PTB; PSB; DEM

Fonte: Pesquisa "A Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010", Consórcio Bertha Lutz, Eixo 2, Candidatura e Eleições de Mulheres no Sistema Proporcional de Lista Aberta.
(1) O entrevistado do PP Ceará não soube responder.

Resultados da dimensão "participação das mulheres na instituição partidária"

A partir das respostas dos/as dirigentes partidários/as entrevistados/as, foi possível verificar como se processa a participação das mulheres dentro da organização partidária, particularmente no que se refere aos movimentos institucionais das mulheres no interior da sigla (variável A) e as mulheres e os cargos de direção da legenda (variável B). Assim, observa-se que, nos dois Estados em questão, apenas o DEM do Ceará não possui organização interna de mulheres e, entre os partidos que possuem, o PCdoB do Ceará é o único que não reconhece estatutariamente a respectiva organização (Quadro 2). No que tange aos aspectos mais substantivos, traduzidos aqui enquanto "mobilização das organizações de mulheres", somente o PP no Rio de Janeiro aparece negativamente nesta questão. Já em relação ao outro aspecto substantivo da variável, "o voto diferenciado das organizações de mulheres", há uma divisão mais expressiva: possuem direito a voto, nas questões internas do partido, as organizações do PDT, PV, PR, PPS, PSC e PSDB, no Rio de Janeiro, e do PMDB, PDT, PCdoB, PR, PTB, PT, PSB e PPS, no Ceará. Quanto à importante questão dos cargos de

direção na legenda, verificou-se que PDT, PSB, PT e PCdoB, no Rio de Janeiro, possuem ações afirmativas no sentido de incluir mulheres na composição das chapas. Já no Ceará, PSOL, PCdoB e PT são partidos que buscam maior inclusão de mulheres também na direção partidária.

Quadro 2
Distribuição dos partidos políticos, segundo variáveis da dimensão "participação das mulheres na instituição partidária"
Estados do Rio de Janeiro e Ceará

Variáveis da dimensão participação das mulheres na instituição partidária	Partidos	
	Rio de Janeiro	Ceará
Variável A – Movimentos institucionais das mulheres no interior da legenda		
Organizações internas de mulheres no partido		
Existem	PDT; PV; PR; PPS; PSC; PCdoB; PTB; DEM; PSOL; PT; PSB; PSDB; PMDB; PP	PSOL; PSDB; PMDB; PP, PDT; PCdoB; PR; PTB; PT; PSB; PPS
Não existem	-	DEM
Reconhecimento formal da organização de mulheres no estatuto do partido		
Existe	PDT; PV; PR; PPS; PSC; PCdoB; PTB; DEM; PSOL; PT; PSB; PSDB; PMDB; PP	PSOL; PSDB; PMDB; PP; PDT; PR; PTB; PT; PSB; PPS
Não existe	-	PCdoB
Mobilização da organização de mulheres		
Existe	PDT; PV; PR; PPS; PSC; PCdoB; PTB; DEM; PSOL; PT; PSB; PSDB; PMDB	PSOL; PSDB; PMDB; PP; PDT; PCdoB; PR; PTB; PT; PSB; PPS
Não existe	PP	-
Voto diferenciado das organizações de mulheres		
Existe	PDT; PV; PR; PPS; PSC; PSDB	PMDB; PDT; PCdoB; PR; PTB; PT; PSB; PPS
Não existe	PCdoB; PTB; DEM; PSOL; PT; PSB; PMDB; PP	PSOL; PSDB; PP
Variável B – As mulheres e os cargos de direção na legenda		
Ações afirmativas de composição das chapas para os cargos de direção		
Existem	PDT; PSB; PT; PCdoB	PSOL; PCdoB; PT
Não existem	PV; PR; PPS; PSC; PTB; DEM; PSOL; PMDB; PP; PSDB	PSDB; PMDB; PP; PDT; PR; PTB; PSB; DEM; PPS

Fonte: Pesquisa "A Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010", Consórcio Bertha Lutz, Eixo 2, Candidatura e Eleições de Mulheres no Sistema Proporcional de Lista Aberta.

Resultados da dimensão "a formação das chapas partidárias para as eleições 2010 e a Lei de Cotas (Lei 12.034/09)"

As respostas dos/as representantes dos partidos a respeito da formação das chapas partidárias referiram-se, especificamente, ao pleito de 2010, tendo a Lei 12.034/09 enquanto temática a ser mais bem compreendida (Quadro 3). Sobre a variável A, que envolve as "qualidades" almejadas pela direção partidária em um candidato, estabeleceu-se que o tipo 3, "representar um grupo de interesse ou associativo", seria aquele que melhor expressaria uma atitude positiva da legenda em relação à inclusão de mulheres ao jogo político e partidário. Assim, no Estado do Rio de Janeiro, estão positivamente associados a esta dimensão o PCdoB, PTB e PT, enquanto no Ceará apenas o PSOL encontra-se nesta situação. Já a existência de "estratégias da direção partidária para apoiar/estimular as candidaturas das mulheres" (variável B) foi indicada pelo DEM, PT, PV, PPS, PSB, PSC e PMDB, no Rio de Janeiro, e PSDB, PMDB, PP, PDT, PCdoB, PR, PT, PSB e PPS, no Ceará.

Quadro 3
Distribuição dos partidos políticos, segundo variáveis da dimensão "formação das chapas partidárias para as eleições 2010 e a Lei de Cotas (Lei 12.034/09)"
Estados do Rio de Janeiro e Ceará

Variáveis da dimensão formação das chapas partidárias para as eleições 2010 e a Lei de Cotas	Partidos	
	Rio de Janeiro	Ceará
Variável A – Principal característica política esperada de um candidato		
Tipo 1 – Já exercer mandato parlamentar na Câmara	DEM; PDT; PR; PP; PSDB	PMDB; PP; PTB; PT; PSB; DEM; PPS
Tipo 2 – Não exercer mandato parlamentar atualmente, mas ter alguma experiência parlamentar prévia	PSB	-
Tipo 3 – Representar um grupo de interesse ou associativo	PCdoB; PTB; PT	PSOL
Tipo 4 – Ter expressão pública reconhecida em relação a um tema /questão de interesse do Estado	PV; PPS; PMDB	-
Tipo 5 – Identificação com o programa do partido	PSOL	-
Tipo 6 – Todos os critérios anteriores	-	PSDB; PCdoB; PR; PDT
Variável B – Estratégias da direção partidária para apoiar/estimular as candidaturas das mulheres		
Existem	DEM; PT; PV; PPS; PSB; PSC; PMDB	PSDB; PMDB; PP; PDT; PCdoB; PR; PT; PSB; PPS
Não existem	PCdoB; PTB; PDT; PSOL; PR; PSDB; PP	PSOL; PTB; DEM

Fonte: Pesquisa "A Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010", Consórcio Bertha Lutz, Eixo 2, Candidatura e Eleições de Mulheres no Sistema Proporcional de Lista Aberta.

Resultados da dimensão "os recursos destinados pelos partidos aos seus candidatos à Câmara dos Deputados"

As quatro variáveis que compõem a última dimensão do modelo analítico serviram para identificar a existência, ou não, de distinções no direcionamento de recursos de campanha (financeiros e/ou tempo de televisão) entre candidatos e candidatas. Conforme explicitado anteriormente, considerou-se que respostas positivas na variável B denotariam um perfil de uma legenda preocupada em aumentar as chances das mulheres na competição eleitoral, tendo em vista o alto custo de uma campanha para ocupar uma vaga na Câmara dos Deputados. Nota-se que nenhuma legenda, entre aquelas que formam o universo da pesquisa, destinou recursos financeiros específicos para mulheres, tal como sugere a Lei 12.034/09 (Quadro 4). Vale ressaltar também que o principal critério citado pela maioria dos partidos quanto à distribuição de tempo no HGPE refere-se "a visibilidade de quem tem votos". Entre os partidos do Rio de Janeiro, PCdoB, PSC, PT, PV e PP optaram por esse critério, enquanto no Ceará este foi escolhido pelo PSDB, PCdoB, PT, PSB e PPS.

Quadro 4
Distribuição dos partidos políticos, segundo variáveis da dimensão "os recursos destinados pelos partidos aos seus candidatos à Câmara dos Deputados"
Estados do Rio de Janeiro e Ceará

Variáveis da dimensão recursos destinados pelos partidos aos seus candidatos à Câmara dos Deputados	Partidos	
	Rio de Janeiro	Ceará
Variável A - distribuição de recursos para campanha (1)		
Os recursos são distribuídos igualmente	PSOL	PSOL; DEM
Alguns recursos são distribuídos igualmente e outros dependem de certos critérios	PDT; PV; PR; PPS; PSC; PCdoB; PTB; DEM; PT; PSB; PSDB; PMDB; PP	PSDB; PCdoB; PT; PSB; PSB
Variável B – Cotas na distribuição dos recursos para campanha e o corte de gênero		
Não há cotas	PDT; PV; PR; PPS; PSC; PCdoB; PTB; DEM; PT; PSB; PSDB; PMDB; PP; PSOL	PSOL; DEM; PSDB; PCdoB; PT; PSB; PSB
Há cotas	-	-
Variável C – Agentes responsáveis pela distribuição dos recursos para campanha		
Tipo 1 - Comissão formada especialmente para a eleição, composta de membros da executiva e outras lideranças	PT; PV; PSB; PTB; PSOL; PDT; PSDB	PSDB, PCdoB, PR
Tipo 2 – Executiva partidária	PPS; PSC; PCdoB; DEM; PMDB	PSOL, PDT, PT, PSB, DEM, PPS
Tipo 3 – "Dono" do partido	PR; PP	-
Variável D – Critérios de distribuição do HGPE (2)		
Tipo 1 – Todos os candidatos recebem o mesmo tempo	PTB	-
Tipo 2 – A visibilidade de quem tem votos	PCdoB; PSC; PT; PV; PP	PSDB; PCdoB; PT; PSB;PPS
Tipo 3 – Ter mandato parlamentar	PDT; PSDB	-
Tipo 4 – Distribuição por região onde o partido tem candidatos	PSC	-
Tipo 5 – Quem pode pagar operacionaliza	DEM	-
Tipo 6 – A decisão é dos dirigentes	PR	-
Tipo 7 – Força política no partido	PMDB	-

Fonte: Pesquisa "A Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010", Consórcio Bertha Lutz, Eixo 2, Candidatura e Eleições de Mulheres no Sistema Proporcional de Lista Aberta.

(1) Entrevistados do PMDB, PP, PDT, PR, PTB, no Ceará, disseram não ter recursos.

(2) Entrevistados do PSOL, PMDB, PP, PDT, PR, PTB, DEM, no Ceará, não responderam.

Resultados sobre a consistência dos partidos políticos e suas estratégias em políticas específicas para as mulheres

De acordo com a proposta apresentada, cabe agora sintetizar os resultados sobre as quatro dimensões do modelo analítico. Dentro de cada dimensão do modelo, o conjunto de legendas foi segmentado por meio das "respostas positivas" ou "respostas negativas" quanto à existência de políticas específicas para as mulheres. Desta forma, foram selecionadas apenas as variáveis de letra B, pois estas estão relacionadas diretamente à questão de gênero.

Assim, a partir do Quadro 5, verifica-se que, no Rio de Janeiro, os únicos partidos consistentemente favoráveis a uma política específica para as mulheres são PT, PCdoB[4] e PDT. Isto é, respostas positivas na última dimensão respondida afirmativamente (3 para o PT e 2 para o PCdoB e PDT) são acompanhadas de respostas positivas na dimensão ou nas dimensões anteriores. No lado inverso do espectro, PSOL, PP e PSDB são consistentemente negativos no padrão de respostas das lideranças. Já no caso do Ceará, apenas três partidos demonstraram consistência: de novo, PT e PCdoB, pelo lado positivo, e DEM (com 1 ponto), do outro lado do espectro.

[4] Vale ressalvar, como vistos na seção anterior, que o PCdoB, em ambos os Estados, é o único partido a apresentar ação institucionalizada para o recrutamento específico de mulheres. Além disso, este partido e o PT são os únicos a aparecerem de forma consistente como estimuladores da participação das mulheres no seio do partido, desde o recrutamento até a direção partidária, nos dois Estados. A exceção ocorre no Rio de Janeiro, em que não há política específica para composição de chapa por parte do PCdoB. Sabe-se, entretanto, conforme visto anteriormente, que o principal critério para fazer parte da lista neste partido é o vínculo com movimentos sociais (novamente, o mesmo ocorrendo com o PT). A exceção, no caso do PCdoB do RJ, certamente confirma a regra, exatamente porque o vínculo desta agremiação com os movimentos de mulheres no Estado é bastante bem caracterizado.

Quadro 5
Estratégias pró-mulheres nas quatro dimensões do modelo
Estados do Rio de Janeiro e Ceará

Partidos	Dimensão 1	Dimensão 2	Dimensão 3	Dimensão 4	Pontos
Rio de Janeiro					
PT	1	1	1	0	3
PCdoB	1	1	0	0	2
PSB	0	1	1	0	2
PDT	1	1	0	0	2
PV	1	0	1	0	2
PMDB	1	0	1	0	2
PPS	0	0	1	0	1
PSC	0	0	1	0	1
PTB	1	0	0	0	1
PR	1	0	0	0	1
DEM	1	0	0	0	1
PSOL	0	0	0	0	0
PP	0	0	0	0	0
PSDB	0	0	0	0	0
Ceará					
PT	1	1	1	0	3
PCdoB	1	1	1	0	3
PSB	0	1	1	0	2
PTB	1	0	1	0	2
PR	1	0	1	0	2
PPS	0	0	1	0	1
PDT	0	0	1	0	1
PMDB	0	0	1	0	1
DEM	1	0	0	0	1
PSOL	0	1	0	0	1
PP	0	0	1	0	1
PSDB	0	0	1	0	1

Fonte: Pesquisa "A Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010", Consórcio Bertha Lutz, Eixo 2, Candidatura e Eleições de Mulheres no Sistema Proporcional de Lista Aberta.
Nota: 1= presença de estratégia na dimensão analítica; 0= ausência de estratégia na dimensão analítica.

O Quadro 5 não fornece apenas uma noção a respeito dos graus de consistência dos partidos quanto às estratégias de recrutamento e composição das listas voltadas para a questão de gênero. É possível também examinar até que ponto traços distintivos das agremiações, tais como ideologia, tamanho e inclinação religiosa, são capazes de explicar as diferenças observadas no âmbito destas estratégias. Optou-se por apresentar

graficamente as possíveis associações existentes. Os resultados contidos nos Quadros 5 foram distribuídos num *continuum*, com os valores mais altos à esquerda e os mais baixos à direita. Este procedimento foi replicado para a distribuição dos partidos no espaço ideológico, seguindo tendência consolidada na literatura,[5] bem como para o tamanho dos partidos. Para o caso do credo, são apresentadas apenas duas possibilidades de classificação: confessional ou laico. Segundo nosso entendimento, PSC e PR são os dois únicos partidos claramente identificados com correntes religiosas – a cristã católica, no primeiro, e a protestante evangélica, no segundo. Os resultados para ambos os Estados são expostos a seguir.

Continuum de estratégias partidárias (RJ)

+ Pró-mulheres			- Pró-mulheres
PT	PCdoB; PSB; PDT; PV; PMDB	PPS; PSC; PTB; PR; DEM	PSOL; PP; PSDB
(3)	(2)	(1)	(0)

Continuum de tamanho da bancada na Câmara dos Deputados (eleitos RJ, 2010)

+ Nº de cadeiras				- Nº de cadeiras
PMDB; PR	PT	PDT; PSB; PP	DEM; PSDB; PSC; PV; PSOL;	PTB; PCdoB; PPS
(8)	(5)	(3)	(2)	(1)

Continuum ideologia

Esquerda — Direita

PSOL PCdoB PSB PDT PV PPS PMDB PTB PR PP DEM

PT PSDB

Continuum credo

Laicos	Confessionais
PT; PCdoB; PSB; PDT; PV; PMDB; PPS; PTB; DEM; PSOL; PP; PSDB	PR; PSC

Continuum de estratégias partidárias (CE)

+ Pró-mulheres		- Pró- mulheres
PT; PCdoB	PSB; PTB; PR	PPS; PDT; PMDB; DEM; PSOL; PP; PSDB
(3)	(2)	(1)

Continuum de tamanho da bancada na Câmara dos Deputados (eleitos CE, 2010)

+ Nº de cadeiras			- Nº de cadeiras	
PMDB	PT; PSB	PCdoB; PSDB; PR	PTB; PDT; PP	PPS; PSOL; DEM
(5)	(4)	(2)	(1)	(0)

[5] Utiliza-se aqui a classificação ideológica de Zucco (2009) para os partidos políticos no Brasil.

O *continuum* referente ao tamanho das bancadas indica não haver correspondência entre o número de representantes eleitos para a Câmara em 2010, tanto no Rio de Janeiro quanto no Ceará, e uma eventual postura mais inclusiva no que se refere à presença das mulheres na política institucional partidária. Inversões e deslocamentos importantes no posicionamento das agremiações pelas retas são observados quando se comparam os *continuum* de tamanho e estratégias, sendo isto válido para os dois Estados. O mesmo vale para a variável categórica inclinação religiosa.

Fica claro, contudo, que há uma forte correspondência entre o modo pelo qual os partidos se distribuem no *continuum* de estratégias e no ideológico, nos dois Estados. As únicas inversões importantes ocorrem por conta do PSOL, no Rio de Janeiro e Ceará, e do PDT, apenas no Ceará. A partir deste resultado, por conseguinte, é possível afirmar que partidos à esquerda do espectro tendem de fato a adotar políticas específicas para as mulheres, visando maior inserção feminina na vida partidária. No entanto, não se trata de característica consistente em todo e qualquer partido de esquerda, pois, como visto a partir do Quadro 5, partidos como PDT e PSB, por exemplo, revelaram possuir graus importantes de inconsistência. Também é relevante ressaltar que tal tendência não é confirmada no que se refere a apoios diferenciados na distribuição de recursos de campanha. Em outras palavras, a aderência e consistência de partidos como PT e PCdoB a estratégias de inserção das mulheres na vida partidária não avança até a decisão final de quem favorecer na disputa pelas cadeiras em eleições proporcionais. Neste sentido, o presente estudo faz eco às contribuições de Araújo (na visão dos próprios candidatos), Speck e Sachet (na arrecadação e gastos de campanha pelas candidaturas) e Machado (na distribuição de tempo de TV para campanha) quanto à existência de viés de gênero na alocação dos ativos que levam a um melhor desempenho na busca pelo voto.

Conclusão

Tendo como contexto do experimento empírico as eleições proporcionais nos Estados do Rio de Janeiro e Ceará, este estudo construiu e aplicou um modelo de consistência dos partidos com relação às estratégias de formação de listas de candidatas e seus efeitos sobre as chances de eleger mulheres. Diante do objetivo de verificar a eventual existência de associação entre graus de consistência de estratégias partidárias visando a questão de gênero e a alocação mais ou menos acentuada de recursos para as candidatas durante o pleito, concluiu-se que nenhuma relação foi encontrada.

Quanto aos demais aspectos do modelo, contudo, verificou-se, de fato, distinção entre as legendas que compõem o universo da análise. Por conta dos resultados, é possível avançar uma hipótese indutiva segundo a qual a consistência de um partido será tanto maior e positiva quanto maior for a participação de associações ligadas à questão de gênero no seio da organização partidária, hipótese que se viu confirmada após a verificação dos resultados relacionados à variável "existência de políticas específicas para mulheres". A análise das quatro dimensões do modelo analítico evidenciou que os partidos pertencentes à esquerda, tanto no Rio de Janeiro como no Ceará, são aqueles que mais respostas positivas ofereceram à temática da inclusão de mulheres no recrutamento e lançamento de candidaturas no pleito de 2010, embora seja relevante ressalvar que, entre as siglas consideradas de esquerda, houve distinção importante, pois apenas o PT e o PCdoB apresentaram consistência de estratégias "pró-gênero". De fato, e aqui está a construção da hipótese, apenas PT e PCdoB, de acordo com o padrão de respostas dos dirigentes partidários, se organizam em torno de movimentos sociais.

A análise das cotas para mulheres sob a ótica partidária, mediante a interseção com as estratégias de cada um dos partidos pesquisados, sugere que estes possuem especificidades na abordagem do aumento de mulheres na vida cotidiana das legendas, porém, todas as siglas apresentam algo em comum: não oferecem medidas que proporcionem incentivos financeiros para as mulheres disputarem um cargo legislativo. A quarta dimensão do modelo – "os recursos destinados pelos partidos aos seus candidatos à Câmara dos Deputados" – identificou que nenhuma legenda do RJ e CE cumpriu o que prevê a Lei 12.034/09 sobre cotas do fundo partidário para a campanha das mulheres candidatas.

Neste sentido, os estudos de caso – com dados pormenorizados sobre cotas, estratégias e eleição de mulheres no RJ e CE – sugerem que não existe associação entre composição das chapas e resultados nominais. Em outras palavras, o percentual de candidaturas de mulheres que um partido apresenta em nada se relaciona com a possibilidade de eleger mais ou menos mulheres. O caso do Ceará é emblemático, pois, ainda que algumas siglas tenham ultrapassado a cota de 30% – como PSDB (41%) e PCdoB (33%) –, apenas um partido elegeu uma mulher à Câmara dos Deputados, o PR. E esta foi justamente a legenda que não apresentou consistência de estratégia pró-gênero e também não cumpriu a Lei de Cotas, sendo somente 25% das candidaturas da sigla compostas por mulheres.

Assim, este estudo procurou explorar algo inédito, uma vez que se ocupou dos partidos a partir da especificidade das estratégias de cada legenda. A observação empírica de tais estratégias no Rio de Janeiro e Ceará, em 2010, permitiu endossar pelo menos dois argumentos encontrados na literatura brasileira atual em torno do tema. Paralelamente aos resultados encontrados por Álvares (2008), identificaram-se, neste trabalho, distinções entre as legendas no que se refere às origens do recrutamento de mulheres, ou seja, é possível afirmar que há, comparativamente entre as siglas, um conjunto de partidos políticos mais interessados no aumento da participação de mulheres na política eleitoral e também institucional-partidária. Também observou-se, tal como Araújo (2005), que a participação institucionalizada das mulheres na vida partidária ainda é baixa, já que são poucas aquelas que ocupam cargos na executiva partidária, sendo que a maior parte exerce atividades tópicas, em geral, relacionadas apenas ao momento eleitoral.

Esse modelo analítico de estratégias partidárias permite, enfim, a inferência de que a baixa representatividade das mulheres no Poder Legislativo nacional está relacionada à dinâmica interna, específica de cada legenda nos Estados. Em se tratando da vida partidária no país, este resultado, até certo ponto, é natural, sobretudo tendo em vista que os dirigentes partidários – bem como os membros em geral – possuem considerável autonomia para decidir os rumos de suas respectivas siglas. Cumprir cotas parece ter sido um objetivo comum aos diversos partidos em 2010, porém, cada um lidou de modo específico com essa imposição legal. Partidos que não possuem tradição de inserção de movimentos sociais em seu seio acabaram revelando ou ausência de estratégia, ou estratégias inconsistentes. Aqueles que, pelo contrário, sempre atuaram em consonância com tais movimentos – e no caso aqui examinado com o movimento de mulheres – apresentaram não apenas estratégias, mas estratégias mais consistentes.

Referências

ÁLVARES, M. L. M. Mulheres brasileiras em tempo de competição eleitoral: seleção de candidaturas e degraus de acesso aos cargos parlamentares. **Dados** – Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, v. 51, n. 4, p. 895-939, 2008.

ARAÚJO, C. Partidos políticos e gênero: mediações nas rotas de ingresso das mulheres na representação política. **Rev. Sociol. Polít.**, Curitiba, v. 24, p. 193-215, jun. 2005.

________. Mídia, legitimidade eleitoral e mulheres na política. **Interseções** (UERJ), v. 9, p. 365-396, 2007.

________. Gênero e acesso ao Poder Legislativo no Brasil: as cotas entre as instituições e a cultura. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 2. p. 23-59, jul./dez. 2009.

________. Rotas de ingresso, trajetórias e acesso das mulheres ao Legislativo: estudo comparado entre Brasil e Argentina. **Revista Estudos Feministas**, Universidade Federal de Santa Catarina, v. 18, n. 2, p. 567-584, 2010.

ARAÚJO, C.; ALVES, J. E. D. Impactos de indicadores sociais e do sistema eleitoral sobre as chances das mulheres nas eleições e suas interações com as cotas. **Dados** – Revista de Ciências Sociais, v. 50, n. 3, p. 535-577, 2007.

AVELAR, L. **Mulheres na elite política brasileira**. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer: Editora da Unesp, 2001.

KROOK, M. L. Beyond supply and demand: a feminist-institutionalist theory of candidate selection. **Political Research Quarterly**, v. 63, n 4, p. 707-720, December 2010.

LIMA JUNIOR, O. B. **Democracia e instituições políticas no Brasil dos anos 80.** São Paulo: Edições Loyola, 1993.

MATEO-DIAZ, M. Em busca da panacéia para a igualdade duradoura: sobre a arte de combinar soluções rápidas e medidas estruturais para aumentar a presença de mulheres no Parlamento. In: SOARES, G.; RENNÓ, L. (Orgs.). **Reforma política**: lições da história recente. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

NICOLAU, J. M. **Multipartidarismo e democracia**. Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas Editora, 1996.

NORRIS, P.; LOVENDUSKI, J. **Political recruitment**: gender, race and class in the British Parliament. New York: Cambridge University Press, 1995.

SANTOS, W. G. Representação, proporcionalidades e democracia. **Estudos Eleitorais,** n.1, p. 179-214, 1997.

TAFNER, P. **Proporcionalidades e exclusão no sistema político-eleitoral brasileiro.** Dissertação (Mestrado). Rio de Janeiro, Iuperj, 1997.

TSE – Tribunal Superior Eleitoral. **Dados das eleições 2010**. Disponível em: <http://www.tse.gov.br/internet/eleicoes/estatistica2010/est_resultados.html>. Acesso em: 1 out. 2010.

ZUCCO JR., C. **Esquerda, direita e governo**: a ideologia dos partidos políticos brasileiros. Paper apresentado no “Legislator Views of Brazilian Governance”, Universidade de Oxford, 2009.

Anexo metodológico

Os partidos políticos que compõem o universo da pesquisa nos Estados do Rio de Janeiro e Ceará foram selecionados de acordo com os seguintes critérios estabelecidos:

- possuir diretório no Estado;
- possuir representante eleito em, no mínimo, duas das quatro eleições;
- se elegeu alguma mulher nestas quatro eleições (este último não foi um critério necessário, mas poderia incluir algum partido que ficasse de fora).

Dimensões do modelo analítico e as respectivas temáticas

BLOCO 1: RECRUTAMENTO PARTIDÁRIO

Objetivo do bloco: identificar as estratégias adotadas pelos partidos políticos no que tange ao momento anterior à formação da chapa para a disputa das eleições legislativas de 2010. Atenta-se para os caminhos percorridos pelas organizações partidárias na questão relativa à inclusão de novos filiados, especialmente o recrutamento daqueles que disputarão uma vaga na Câmara dos Deputados.

Temáticas envolvidas: estratégias de recrutamento (geral); estratégias de recrutamento para mulheres; filtros para filiação de novos membros partidários; processo eleitoral e o papel da organização de mulheres no recrutamento partidário; e estímulo da direção para recrutar mulheres candidatas.

BLOCO 2: A PARTICIPAÇÃO DAS MULHERES NA INSTITUIÇÃO PARTIDÁRIA

Objetivo do bloco: observar as formas de inserção das mulheres na política institucional partidária, no sentido de identificar como se processa a adesão à legenda (entrada espontânea, convites de lideranças, entre outros), bem como questões específicas sobre os movimentos organizacionais das mulheres dentro da sigla (ausência/presença, direito a voto e cargos na Executiva).

Temáticas envolvidas: ação afirmativa para compor chapas para dirigentes; participação e militância das mulheres (razões); cotas e o crescimento da militância feminina; razões para o aumento do fluxo da militância feminina; mobilização das mulheres para cumprimento das cotas (novidades 2010); e principais obstáculos partidários e extrapartidários que interferem no ingresso das mulheres na política.

BLOCO 3: FORMAÇÃO DAS CHAPAS PARTIDÁRIAS PARA AS ELEIÇÕES 2010 E A LEI DAS COTAS (LEI 12.034/09)

Objetivo do bloco: observar como se processa a construção das chapas partidárias para as eleições de 2010, buscando identificar as características pessoais que os partidos procuram nos candidatos e os requisitos referentes ao cálculo do partido (potencial de votos dos candidatos, ocupação de cargos políticos, balanceamento geográfico das candidaturas, entre outros). Inserem-se, neste bloco, as questões intrínsecas à Lei de Cotas (reserva de 30% de vagas para mulheres nas chapas) e os motivos do cumprimento (ou não) da nova legislação pelos partidos.

Temáticas envolvidas: definição da chapa eleitoral para deputado federal (geral); perfis para composição da chapa para deputados federais (geral e mulheres); nova Lei de Cotas e pressão das mulheres no cumprimento da mesma; razões para preenchimento das cotas para mulheres nas chapas; e o conhecimento da Lei de Cotas (avaliação destas).

BLOCO 4: OS RECURSOS DESTINADOS PELOS PARTIDOS AOS SEUS CANDIDATOS À CAMARA DOS DEPUTADOS

Objetivo do bloco: identificar quais os recursos que os partidos destinam aos seus candidatos durante a campanha eleitoral. Procura-se verificar se há critérios para divisão dos recursos financeiros e do tempo de propaganda na televisão, além de identificar a presença de outros incentivos partidários, como, por exemplo, a capacitação dos candidatos (por meio de cursos e treinamentos oferecidos).

Temáticas envolvidas: o HGPE e o efeito nas candidaturas das mulheres; distribuição dos recursos financeiros para campanha; distribuição dos recursos para campanha e o corte de gênero; capacitação de candidatos para cargos eletivos (geral); capacitação de candidatos para cargos eletivos, especificamente para mulheres.

"Presença" e "ausência" de candidatas: mapeando representações de dirigentes partidários

Irlys Barreira*
Danyelle Nilin Gonçalves**

É notório, em vários trabalhos acadêmicos (ALVES, 2008; ARAÚJO, 2001; 2005; AVELAR, 2001; ÁLVARES, 2008; MIGUEL, 2001), o reconhecimento de que a participação de mulheres nos espaços públicos não vem se fazendo acompanhar, no mesmo ritmo, pelo aumento nos cargos de representação nas instâncias decisórias de poder político.

Como lembra Phillips (1996), a própria ideia de participação de mulheres na política institucional é recente, pois, sob a ótica dos movimentos feministas, as mobilizações encontravam-se incialmente mais circunscritas ao protagonismo em instituições variadas da chamada sociedade civil. Demandas posteriores de ocupação de funções executivas fundamentaram-se na existência de interesses específicos de mulheres, o que justificava a necessidade de uma construção da representação tendo por base os requisitos de gênero. Foi no reconhecimento da importância do papel das mulheres nos espaços de poder que emergiu o debate sobre as condições e possibilidades de formação de representantes capacitadas.

Em síntese, a participação de mulheres na esfera política vem demandando uma reflexão sobre o papel das dinâmicas institucionais e das interações mais amplas que se efetivam nos diversos campos da atividade social, interferindo na construção e incremento de candidaturas (ARAÚJO, 2005).

---

* Professora Titular de Sociologia do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal do Ceará. Coordenadora do Laboratório de Pesquisa em Política e Cultura – Lepec.
** Professora do Departamento de Ciências Sociais da Universidade Federal do Ceará. Membro do Laboratório de Pesquisa em Política e Cultura – Lepec.

Os partidos políticos, seja na condição de agenciadores de uma etapa "preparatória", no sentido de incentivar a participação de mulheres desde o momento de recrutamento, seja na de reguladores das desigualdades de genero no campo das disputas, passam a ser percebidos como lugares importantes tanto na gestão e ampliação de espaços democráticos como na construção de candidaturas. Lugares dilemáticos, pois dotados de tensões e disputas internas que cerceiam o campo do poder. Não por acaso, a lei de cotas gera polêmicas nas instâncias partidárias, pondo em cena as dificuldades de cumprimento das normas eleitorais, justificadas segundo a oferta mais ou menos ampla de candidatas.

Sem entrar no mérito dos debates sobre interesses específicos como critério democrático da representação,[1] é importante enfatizar que os partidos políticos passaram a ser vistos como mediadores na construção da representação equânime de gênero nos âmbitos Legislativo e Executivo.

Buscando inserir-se no debate, este artigo tem por objetivo analisar o tema a partir de um recorte mais específico, sem deixar de considerar dimensões amplas de natureza cultural, que com certeza interferem na ampliação e incorporação de representantes oriundos de vários segmentos sociais. Trata-se de registrar e analisar, com base no conceito de representações, concepções de dirigentes partidários a respeito da participação de mulheres na política, nos Estados do Ceará e Rio de Janeiro,[2] enfatizando sobretudo o contexto eleitoral.

Considerando o momento eleitoral como oportuna manifestação de valores culturais e políticos, tal como foi analisado por Palmeira e Heredia (1995), a reflexão neste artigo foca-se sob o ângulo dos partidos, atentando para a explanação de "problemas" referentes à participação de mulheres nos espaços de poder, explicitados na argumentação de dirigentes.

As ideias aqui presentes não priorizam a multiplicidade de fatores que poderiam ser detectados como "causas do *déficit*" de mulheres na ocupação de cargos políticos oportunamente analisados por diferentes autores (ZIMMERMAN, 1994; NORRIS, 2003). A análise procura, principalmente, verificar como são elaboradas, por parte dos dirigentes partidários, visões sobre a participação de mulheres na política associadas às práticas de organização e recurtamento.

---

[1] Ver a esse respeito Miguel (2001).

[2] A escolha dos dois Estados, antes de atender a critérios comparativos, permite agregar maior complexidade às informações oriundas dos diferentes dirigentes partidários.

Ainda na apresentação do recorte analítico, algumas questões merecem ser mencionadas. As representações são aqui pensadas não como o estatuto de uma visão de mundo, cristalizada ou definitiva, capaz de ser enquadrada como sendo "a concepção mediana de dirigentes partidários". Entendem-se as representações como expressões relativas e circunstanciais de percepções historicamente construídas por diferentes agrupamentos sociais.

Tampouco as representações constituem opiniões formuladas ao acaso, separadas de práticas sociais cotidianas, pois constituem uma espécie de mapa cultural cognitivo de construção e apreensão do mundo (DURKHEIM, 1979), cujo conteúdo é baseado em elementos informativos, ideológicos, crenças, valores e atitudes envolvidos em uma totalidade significante. Trata-se de um "saber que diz algo sobre a realidade", encontrando-se inseparável da ação e suscitando formas criativas de investigação científica (JODELET, 1994).

Centrar a análise nas representações de dirigentes partidários supõe verificar como eles emitem opiniões sobre a participação de mulheres no interior da agremiação, posicionando-se também a respeito do que é designado numericamente como "*déficit* de representação de mulheres no cenário político".

Importa igualmente saber até que ponto o discurso de dirigentes reflete a dinâmica interna partidária em sua totalidade. A condição de porta-voz, se, por um lado, pode assegurar o monopólio da legitimidade discursiva dos entrevistados, por outro, nem sempre traduz com sutilezas o cotidiano dos partidos cuja presença de mulheres efetiva-se de maneira diferenciada, quantitativa e qualitativamente. Foi tentando contrabalançar essa perspectiva que foram incluídas, na análise, informações, não previstas inicialmente na pesquisa, obtidas por meio de entrevistas com mulheres que ocupavam funções em coletivos específicos de gênero, no interior dos partidos. Entrevistaram-se, nesse propósito de aprofundamento das informações, cinco representantes do coletivo de mulheres integrantes das agremiações pesquisadas no Ceará. Menos pelo número e mais pela qualidade dos dados, a percepção dessas lideranças partidárias pôs em relevo algumas das tensões e interdições que cerceiam a participação de mulheres na política.

Outro ponto a considerar em uma investigação desse teor é o fato de que existe a tendência de que os dirigentes pautem seu discurso na "boa apresentação" de seu partido. A *performance* discursiva de dirigentes partidários reflete-se na tentativa de mostrar a coerência da organização,

presente nos critérios de agenciamento de postulantes a cargos de representação, na demonstração de potencialidade em definir rumos para a política e nos cuidados com a filiação, acrescentando-se também a distribuição equitativa de recursos entre candidatos e candidatas. Além desses fatores, o discurso de líderes tende a priorizar a capacidade de abertura de seu partido com base na incorporação de novos segmentos sociais alijados do poder.

Ponderar essas questões não significa considerar que o discurso de líderes seja imune às tensões internas e aos conflitos que se efetivam no campo da política, no sentido atribuído por Bourdieu (1989). Percepções e discursos sobre a participação política de mulheres, opiniões a respeito das regras presentes na política de cotas e descrições referentes às formas de recrutamento e à gestão das desigualdades de gênero no interior dos partidos podem, inclusive, ser bons indicadores das tensões e contradições que se efetivam na tentativa de articular democracia e consequente incremento de candidatas, sem perder de vista a maximização de resultados eleitorais. Supomos também que o regulamento interno dos partidos, com suas diretrizes gerais, incide sobre os temas da atuação democrática, certamente interferindo nos quesitos de ampliação da participação de segmentos variados da sociedade. As representações são também influenciadas pela postura ideológica partidária associada ao contexto eleitoral.

É importante ainda considerar que o próprio mapeamento das representações, composto principalmente por dirigentes do sexo masculino, faz com que os discursos de entrevistados se posicionem, em sua maioria, no âmbito do que poderia ser enquadrado como "a opinião de dirigentes homens sobre a participação de mulheres". No Ceará, por exemplo, entrevistou-se apenas uma mulher na condição de dirigente partidária e, no Rio de Janeiro, foram ouvidas cinco representantes do sexo feminino. Nesse sentido, reflexões sobre a "escassez de candidatas", que pontuaram parte significativa do discurso de dirigentes partidários, fertilizaram narrativas indicadoras de múltiplas possibilidades analíticas.

A pesquisa que dá subsídio empírico ao presente artigo envolveu entrevistas e enquetes com representantes de 12 partidos, no Ceará, e 14, no Rio de Janeiro, segundo critérios de amostragem baseados na representatividade de eleitos na Câmara Federal.[3] Os depoimentos ocorridos

[3] Foram objeto de pesquisa, no Ceará, os seguintes partidos: PSDB, PMDB, PT, PSB, PPS, PTB, PP, DEM, PDT, PR, PSOL e PCdoB; no Rio de Janeiro, foram feitas entrevistas com representantes do PSDB, PMDB, PT, PSB, PPS, PTB, PP, DEM, PDT, PR, PSOL, PCdoB, PSC e PV.

durante as entrevistas foram importantes no sentido de registrar opiniões não consensuais a respeito da implementação de políticas de cotas, da seleção e recrutamento de filiados, da participação organizada das mulheres no interior das agremiações, assim como sobre os fatores internos e externos impeditivos da igualdade de protagonismo político.

A investigação foi realizada antes e imediatamente após as eleições. Como muitos representantes partidários, além de ocuparem funções executivas, estavam envolvidos em campanhas, alguns informantes só puderam ser contactados após o período eleitoral. O fato da proximidade com as eleições tornou a entrevista "colada à experiência próxima", fazendo com que as questões discutidas refletissem imediatamente os efeitos da participação de mulheres na campanha política mais recente. Assim, reclamações sobre as dificuldades de assumir as vagas destinadas às mulheres foram frequentes, muito embora a disposição para incrementar os índices de participação fosse bastante mencionada.

O contato com os informantes se deu a partir de telefonemas, havendo receptividade e interesse pela temática. Embora os questionários tenham sido preenchidos seguindo o roteiro previsto, a gravação dos comentários permeados de temas emergidos da interlocução entre entrevistador e entrevistado terminou enriquecendo as informações, dando acesso a esse conjunto de opiniões e percepções que estamos designando de representações.

A opção pelo critério mais qualitativo do tema beneficiou-se das informações emergentes durante a aplicação de questionários e das conversas que funcionaram como entrevistas. Assim foi possível superar a dimensão performática de respostas, podendo captar melhor o que, na visão das lideranças, era percebido como relevante na temática participação de mulheres na política.

Nessa diretriz analítica, percepções sobre "presença" e "ausência" de candidatas que foram mencionadas por dirigentes partidários, associadas a diferentes formas de justificação, constituíram uma chave de leitura a ser explorada por várias razões: evocavam o tema das cotas, o recrutamento de mulheres e muitas das versões naturalizadas sobre vocações, interdições e formação de carreiras políticas.

Mulheres na instituição partidária – visibilidade interna e externa

Os dirigentes partidários são quase unânimes na afirmação de que as mulheres, além de estarem organizadas no interior da agremiação,

são reconhecidas nos estatutos, havendo inclusive um crescimento da militância de gênero na última década.[4] Há, portanto, no âmbito do discurso, um reconhecimento do lugar das mulheres como potenciais representantes políticas, sinalizando positivamente a ampliação de espaços de participação

Efetivamente, a atuação de mulheres no interior dos partidos revela-se não só por meio de coletivos organizados na agremiação, mas também a partir de outras formas de participação menos orgânicas. São várias as formas de inserção de mulheres no interior dos partidos. No Ceará, somente o DEM não conta ainda com uma organização interna específica para a categoria, sendo que no Rio de Janeiro essa exceção é reservada ao PP.[5] O PSDB do Rio de Janeiro tem ainda uma estrutura específica de organização de mulheres desativada, que começa a se reordenar em alguns diretórios.

É importante mencionar que algumas das entidades associativas de mulheres no interior dos partidos têm direito a voto diferenciado, aplicando--se aí o princípio interno da participação por representatividade, a exemplo do PSOL, PSDB e PP. Nos demais partidos, o coletivo de mulheres possui direito a voto segundo as regras de participação de entidades organizadas com assento na Executiva. No Rio de Janeiro, as organizações do PT, PR, PMDB, PP, PCdoB, PSB e PSOL não conferem direito ao voto diferenciado de gênero.

Uma rápida observação sobre os *sites* dos partidos sinaliza também a visibilidade externa de mulheres no interior das instâncias partidárias. Os registros apresentaram, em sua maioria, mobilizações e comemorações a respeito de eventos específicos que envolvem a categoria. Nos *sites* dos partidos que apoiavam a candidatura de Dilma Roussef à Presidência da República, por exemplo, havia notícias sobre debates ocorridos na época, tratando do assunto "mulheres na política". O PCdoB destacava reivindicações por mais acesso das mulheres ao Legislativo, ao passo que o PDT apontava discussões voltadas para maior participação feminina nas esferas sociais, na política e no mercado profissional, incluindo

---

[4] No Ceará, somente dois dirigentes consideram que a atuação feminina na última década não cresceu e não melhorou (o representante do PP afirma que ela continua fraca e o do PSDB considera que houve piora ao longo dos anos). No Rio, o representante do PSDB afirma ter havido um crescimento da participação feminina no interior do partido, seguido por um recuo.

[5] Os partidos que incluem em sua agremiação coletivos específicos de mulheres, inclusive com reconhecimento nos estatutos, são: PSOL, PSDB, PMDB, PP, PDT, PR, PTB, PT, PSB, PPS e PCdoB. Este último tem como especificidade o fato de o coletivo de mulheres ter sido reconhecido no congresso interno do partido, passando a ter força de estatuto.

ainda uma discussão sobre aborto e violência. O *site* do PSB apresentou também temas a respeito da participação das mulheres em vários campos da atividade social, enquanto o PT registrou notícias sobre ações de mulheres na perspectiva socialista. Evocações a respeito de "causas feministas" foram mencionadas no *site* do DEM, referindo-se à inserção da mulher na política, ao combate contra a violência, sua presença em locais tradicionalmente masculinos (como na Marinha) e apoios a entidades de adoção.

As formas variadas de apresentação das mulheres nos *sites* são indicadoras de que, ao lado das formulações programáticas, ocorre uma politização da condição de gênero, considerada eficaz para o incremento da democracia e da renovação nos espaços de poder. A percepção de que a presença de mulheres é importante em diferentes momentos da vida política é realçada em todos os partidos, muito embora os registros de relevo e as qualidades alusivas a candidatas possam ser vistos como provas contundentes da desigualdade de participação por gênero. Tudo se passa como se a visibilidade da "causa" promovesse uma espécie de agenda obrigatória com registros vários de questões a esse respeito, sinalizando uma espécie de "efeito demonstração" capaz de ser enquadrado na rubrica do "politicamente correto".

Os *sites*, não obstante as diferenças, buscam mostrar comprometimento partidário com políticas de gênero, apresentando-se como inovadores na ampliação da igualdade de oportunidades de participação. O contexto da dinâmica eleitoral contribui para essa visibilidade, potencializada no argumento da necessidade de ampliação dos espaços de participação como requisito democrático. Se os discursos em *sites*, por um lado, podem ser indicativos da visibilidade sobre a participação de mulheres no âmbito das agremiações, por outro, não apresentam as diferentes formas de comprometimento partidário com as candidaturas.

Alguns registros sobre a percepção de dirigentes partidários no que se refere às práticas efetivas de candidatas trazem outros argumentos à reflexão, apontando variações nas formas de inserção das mulheres no interior dos partidos.

> As mulheres chegam no partido através de convites de membros e lideranças (dirigente do PPS).

> As mulheres chegam no partido através de movimentos. A base da militância são os movimentos sociais. Nos movimentos de bairro, mais de 50% das lideranças são mulheres (dirigente do PT).

> A gente lança a rede no mar e puxa a rede, aí vem tudo. Vem peixes de excelente qualidade, pode vir um pargo, um camarupi. Pode vir alguma coisa que não preste. O partido para crescer, para se tornar competitivo tem que fazer um processo de recrutamento bem ampliado (dirigente do PCdoB).

> Andamos pelo interior e fizemos um movimento chamado caravana 22 para chamar pessoas que não tinham partido (dirigente do PR).

As informações revelam existir diferentes maneiras de recrutamento de membros, sendo as associações e os movimentos sociais as principais formas de construção de um capital político que pode efetivamente repercutir na instituição de candidaturas de mulheres. Observa-se também um registro amplo nas formas de recrutamento, considerando-se que somente um dos partidos que compõem o universo da pesquisa alegou não possuir estratégia bem definida de adesão partidária (PP Ceará). Ainda que variada, parte significativa dos partidos possui alguma forma de busca de filiados (casos do PR, PSB, DEM, PPS, PTB, PMDB).

A temporalidade do recrutamento constitui um dado importante a se considerar, na medida em que a ênfase eventual conferida ao período eleitoral traz como principal consequência a “caça” de candidatas, tendo em vista o cumprimento da Lei de Cotas. A vinculação com os movimentos sociais mais nitidamente vigente em partidos como PSOL, PDT, PT, PSC, PSB e PCdoB permite as adesões em uma temporalidade mais ampla, podendo constituir-se em cabedal importante na construção de novas candidaturas.

Os investimentos partidários em entidades e públicos específicos, como jovens (casos do PSC, DEM, PSB, PR, PSDB), movimentos raciais (PDT, PSC) e de mulheres (PDT), indicam também potencialidades de ampliação de candidaturas.

Nos partidos que possuem alguma prática de recrutamento especial, a secretaria de mulheres tem papel fundamental (casos do PTB, PR, PSB, PCdoB), contribuindo para a formação de quadros em um tempo mais extenso, para além do período eleitoral.

Ainda que os dirigentes partidários tenham ressaltado, em sua maioria, a participação das mulheres no cotidiano dos partidos, foram quase unânimes nas opiniões sobre a frequência reduzida de candidatas. À afirmativa prévia de que os partidos precisam aumentar seu contingente de postulantes do sexo feminino, seguiam-se explicações e pretensas soluções para o problema da “ausência” de candidatas, conforme depoimentos arrolados a seguir.

> Eu acho a mulher mais desinteressada na política. Mas, quando a mulher se interessa pela política ela é até mais interessada que o homem, mas no geral, na minha ótica, a maioria das mulheres é desinteressada da política (dirigente do PP).
>
> As mulheres precisam ter suporte financeiro para desenvolver uma campanha política e o homem é muito mais gestor financeiro do que a mulher (dirigente do PPS).
>
> A mulher ainda não se conscientizou de sua força, do seu tamanho, da importância de sua presença. Se ela tivesse essa consciência ela estava ocupando o mesmo número de cadeiras na Câmara e Senado. Teria uma presença mais forte dentro do quadro dirigente nacional. Ministra não seria uma, mas oito ou dez (dirigente do PMDB).
>
> Por mais que você estimule, ainda há por parte da mulher informações do tipo “essa não é bem a minha praia”; “eu quero ajudar, mas não quero ser candidata”. As próprias mulheres têm dificuldade de assumir seu potencial eleitoral. Na maioria das vezes o que acontece é que o problema das mulheres é visto como problema das mulheres. Nós achamos que o problema das mulheres é também o problema dos homens, homens com cabeças abertas, com visões diferentes (dirigente do PCdoB).
>
> Lá no fundo há o medo de que as mulheres não tenham capacidade. Parece que a mulher na política está no lugar que não é dela (dirigente do PT).
>
> A mulher para ser entendida como bem-sucedida tem que ser boa mãe, boa filha, profissional e companheira (dirigente do PPS).

Observa-se, na concepção majoritária de dirigentes partidários, que a “ausência”, isto é, o suposto *déficit* de candidaturas do sexo feminino é atribuído ao que poderia ser considerado uma espécie de autodenegação. São as próprias mulheres, ou “não conscientes de seu verdadeiro papel”, ou impossibilitadas de compatibilizar funções historicamente construídas, concernentes à reprodução familiar e *performance* exigida no desempenho de atividades políticas. A locução discursiva “ainda não” faz alusão a potencialidades não concretizadas, deixando em suspense o momento no qual uma espécie de “desabrochar” deva acontecer. Sobretudo entre partidos que não têm uma estratégia mais programática, voltada para o incremento de candidaturas de mulheres, essa questão foi enfatizada.

Uma perspectiva de excepcionalidade acontece quando mulheres são percebidas nas condições de transpor o obstáculo das interdições, sendo, por esse motivo, consideradas “até mais comprometidas” do que

os homens.[6] De todo modo, percebe-se que a responsabilidade atribuída às mulheres pela pouca participação na política ou exime os partidos de uma estratégia diretiva a esse respeito, ou supõe a necessidade de uma ingerência educativa a longo prazo voltada para a formação.

É importante registrar que os dirigentes, em muitos casos, não conseguem identificar nenhuma forma de segregação no âmbito dos partidos, omitindo as possíveis dificuldades de reconhecimento e incentivo limitado no interior da agremiação. Na percepção de que os problemas da participação são extrapartidários, as interdições de protagonismo político de mulheres são atribuídas ao que é designado por "cultura" baseada em valores tradicionais, como "machismo".

A apresentação dos obstáculos extrapartidários impeditivos de uma ampliação das candidaturas segue, portanto, duas direções: uma que atribui as dificuldades à concepção dominante masculina sobre a política; e outra que enfatiza o papel conferido "pela sociedade" às mulheres. A "falta de interesse", a "corrupção", o "preconceito", a "descrença" e a "desconfiança" em relação à política aparecem como elementos explicativos que compõem uma espécie de versão generalizada sobre a "ausência" de mulheres no cenário político.

Em síntese, fatores como a vida familiar, os papéis diferenciados entre homens e mulheres e a dificuldade de conciliação entre política e afazeres familiares, além da maneira como "a própria sociedade vê as mulheres", são mencionados, nos discursos de dirigentes, como fortes obstáculos para a ampliação da participação política feminina. De modo geral, a explanação de obstáculos extrapartidários como fator preponderante na desigualdade de participação política de gênero é consensual, sendo considerados alguns elementos explicativos para a desigualdade de representação: discriminação histórica; "machismo da sociedade"; tripla jornada de trabalho; e "cultura paternalista".

Em alguns casos, o descrédito geral na política, incluindo as mulheres, é também apontado como impeditivo para uma repartição de candidaturas mais equânimes por gênero.

Alguns dirigentes partidários conseguem elaborar uma crítica à sua agremiação, alegando a falta de comprometimentos das lideranças em incitar a participação de mulheres ou da vontade de ouvi-las, estimulando assim a abertura de espaços internos. Há, no entanto, quem atribua à própria lógica

---

[6] Para uma análise sobre as representações do feminino em campanhas políticas, ver Barreira (1998; 2008).

das campanhas eleitorais a prioridade conferida aos homens, resultado da dificuldade de financiamento para campanhas femininas.

Condicionantes sociais mais amplos que interferem sobre a participação de mulheres na política estão também presentes em reflexões acadêmicas. Avelar (2001) observou que as dificuldades de participação das mulheres não se dão somente na esfera política. Ao pesquisar as organizações econômicas de grande porte, a cientista política percebeu que é pequena a porcentagem de mulheres nas posições hierárquicas, trazendo consequências diretas para sua inserção na elite política. A investigação, realizada há uma década, revela que, das quatrocentas maiores empresas brasileiras, só 3,4% apresentavam mulheres nos postos de primeiro escalão. Ao refletirem sobre as razões para esses dados, as mulheres executivas entrevistadas sugeriram os seguintes obstáculos: preconceitos sexuais e códigos culturais; dificuldade de conciliar atividades profissionais e papéis familiares, além da autodiscriminação; falta de autoestima e autoconfiança. Observa ainda a autora, no mesmo estudo, que a baixa participação feminina nas esferas de poder deve-se à socialização diferencial entre homens e mulheres e aos ciclos de vida da mulher, moldados de acordo com a situação conjugal, a maternidade e o tipo de estrutura familiar que desestimula o ativismo feminino.

Os acessos diferenciados aos recursos econômicos e sociais e a dificuldade das mulheres em obter capital social sintetizam o conjunto das razões elencadas. Outros fatores institucionais são também levados em conta nessa análise, tais como o tipo de regime político (sendo a democracia mais favorável à participação das mulheres) e a presença de fundamentalismos religiosos atuando como obstáculo à participação feminina.

A conjugação desse conjunto de fatores, cuja repercussão incide sobre a participação de mulheres na política, remete ao tema da “ausência” de candidatas. Trata-se de uma questão que emerge, sobretudo, no momento de preenchimento das cotas, ocasião em que as formas de recrutamento, os incentivos internos e os investimentos são postos em questão.

“Ausência” de candidatas

O tema “ausência” de candidatas, embora aparentemente objetivo, pois se expressa numericamente na dificuldade de preenchimento das

cotas pelos diferentes partidos, deve ser objeto de reflexão. Observa--se que reclamações de dirigentes partidários sobre a dificuldade de preenchimento das vagas destinadas às mulheres, de acordo com a Lei de Cotas, foram frequentes, muito embora a tentativa de aumento dos índices de participação fosse extensamente alegada em suas falas.

A Tabela 1 demonstra que, de fato, houve incremento de candidatas nos Estados pesquisados, sobretudo em 2010, sob a vigência da lei eleitoral, que estabeleceu um mínimo de 30% das candidaturas proporcionais e o máximo de 70% a serem ocupadas para candidaturas de cada sexo.

Tabela 1
Candidaturas de mulheres a deputadas federais
Estados do Ceará e Rio de Janeiro – 1998-2010

Estados	1998	2002	2006	2010
Ceará	10	15	12	24
Rio de Janeiro	52	78	95	183

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

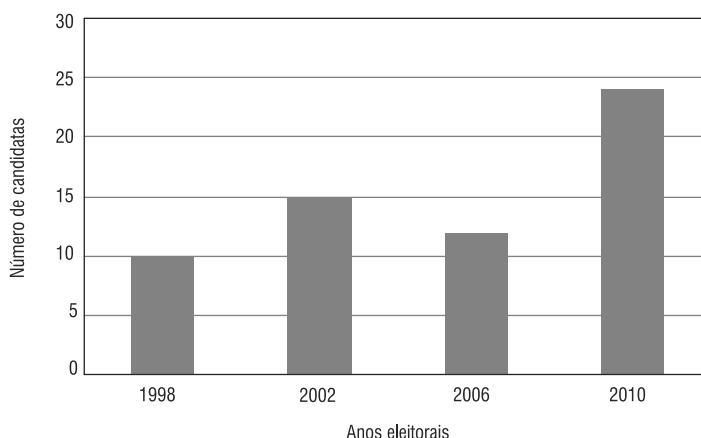
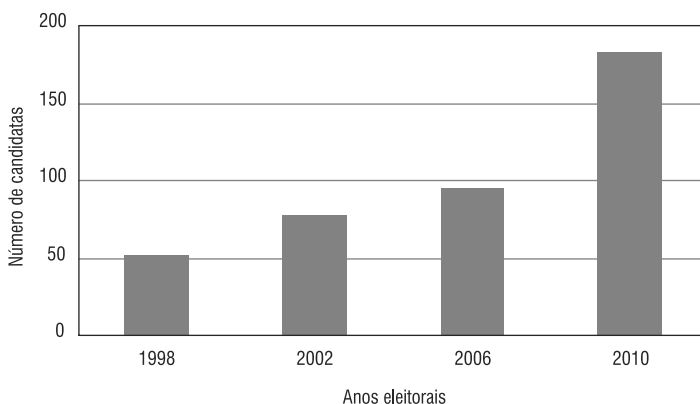
Gráfico 1
Candidaturas de mulheres a deputadas federais
Estado do Ceará – 1998-2010

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Gráfico 2
Candidaturas de mulheres a deputadas federais
Estado do Rio de Janeiro – 1998-2010

Número de candidatas
200
150
100
50
0
1998 2002 2006 2010
Anos eleitorais

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE

Em se tratando dos resultados eleitorais, os números são bem menores. No Ceará, das 22 vagas para a Câmara Federal destinadas ao Estado, apenas uma foi ocupada por mulher (4,55%). No Rio de Janeiro, entre as 46 vagas, somente quatro mulheres se elegeram (8,70%). Os números comprovam, portanto, a distância entre candidaturas e resultados eleitorais. A defasagem entre o crescimento de candidaturas femininas e o número de eleitas reforça o argumento da "ausência" vigente no discurso de dirigentes partidários.

É importante, no entanto, desnaturalizar o registro da "ausência", considerando-a não apenas dado numérico explicitado no momento eleitoral, mas também expressão de "disposições" e "oportunidades" (LAHIRE, 2004) que circundam a trajetória de mulheres, incluindo-se aí o modo como são agenciadas as candidaturas e efetivadas as estratégias de recrutamento eleitoral. Isso quer dizer que a formação de carreiras políticas de mulheres responde a dinâmicas variadas referentes à construção de oportunidades, dentro e fora dos partidos, instituídas não apenas no período eleitoral. A valoração da equidade de papéis sociais, não somente no âmbito das instituições, mas também incorporada pelas próprias mulheres, é um aspecto importante a se considerar.

Perissinoto e Bolognesi (2009) argumentam que os estudos sobre recrutamento de elites políticas demonstram que o filtro que impede a entrada de mulheres e pessoas portadoras de baixa escolaridade não

estaria nos partidos políticos, sendo ele de natureza "social". Mulheres e pessoas com baixo grau de instrução formal se "autoexcluiriam" da vida política em função da falta de recursos necessários para o exercício desta atividade (respectivamente, *tempo* e a ausência de um capital cultural socialmente legítimo). Assim, o baixo percentual de candidatas mulheres, assim como daqueles com pouco capital escolar, repete-se no universo de eleitos, sugerindo que o peso do "político profissional" é bem maior na eleição de candidatos do que variáveis como sexo e escolaridade.

Não seriam os partidos o *locus* fundamental da exclusão política. Essa perspectiva não impede a observação de que o círculo de desvantagens adquire tonalidades diferenciadas em se tratando de mulheres candidatas. Avelar (2001) ressalta, nesse sentido, que as mulheres têm tradicionalmente muitas dificuldades nos partidos, independente da sigla, ficando as candidatas em desvantagem na distribuição de recursos para a campanha, assim como na definição do tempo de aparecimento na mídia.[7] O estímulo à formação de candidaturas aparece dirigido às mulheres em reuniões e eventos específicos e, em menor caso, na oferta de cursos específicos.[8]

A opinião dos entrevistados cearenses acerca de possíveis obstáculos partidários (pouco incentivo, desigualdade nos recursos de campanha, etc.) que interferem no ingresso das mulheres nos cargos políticos encontra-se dividida. Metade dos dirigentes alegou não existirem barreiras partidárias e, para alguns destes, os partidos inclusive incentivam a participação feminina. Já os partidos com mais tradição de agenciamento de mulheres (PCdoB, PT, PSB) elaboraram discursos em outra perspectiva, citando a existência de uma incapacidade de mobilizar recursos em prol do aumento de participação de mulheres, bem como dificuldade de gerir essas questões na agenda nacional por meio de fóruns permanentes de debate e estratégias de apoio financeiro. A própria "cultura partidária", afirmam, não estimula a mulher a participar, acrescendo-se a esse fato a disponibilidade de tempo exigida na carreira política.

---

[7] Disponível em <www.opovo.com.br>.

[8] Somente dois partidos no Ceará não têm cursos de formação de candidatos (PTB, PP), todavia, em geral eles não são dirigidos especificamente às mulheres, exceção feita ao PSOL, que utiliza os cursos ofertados pelo Cfemea.

Observa-se, no âmbito dos partidos, que os incentivos à participação de mulheres são variados, estando mais referidos no espaço de coletivos específicos de gêneros e secretarias encarregadas de exercer o papel de agenciamento. Essa suposição foi comprovada desde o momento em que os dirigentes tentavam encaminhar nossa demanda de entrevistas a setores especializados, que estariam incumbidos de tratar o tema da “participação de mulheres na política”.

Discursos sobre a “ausência” de candidatas emergem, sobretudo, na problemática das cotas e suas dificuldades de preenchimento no período eleitoral, apontando uma série de questões importantes à reflexão.

Preencher as cotas

Fruto de uma série de pressões advindas de movimentos feministas e outras instâncias de mobilização, a Lei de Cotas tornou-se parte de uma retórica polêmica, promovendo efeitos variados no interior dos partidos.

A existência de “candidatas laranja” – postulantes que entram no pleito para legitimar os requisitos legais referentes à distribuição de vagas – é frequentemente anunciada em alguns discursos seguidos de críticas à Lei de Cotas.

É importante enfatizar que, se a positividade atribuída à presença de mulheres nas instâncias de representação política faz hoje parte de uma espécie de “cultura política” partidária, o mesmo não ocorre com a Lei de Cotas. Essa é a razão pela qual membros de diversos partidos, embora se declarem a favor do aumento da participação de mulheres em cargos de representação, não estão de acordo com a Lei de Cotas, tendo em vista uma série de razões.

As agremiações favoráveis às cotas, nos dois Estados analisados, consideram que elas incrementam as candidaturas e estimulam o debate e a reflexão, abrindo espaços para candidaturas femininas e “conscientização coletiva”.

Já as opiniões contrárias argumentam que as cotas vieram para atrapalhar, considerando suas consequências burocráticas, com efeitos pouco eficazes na ampliação de candidatas, podendo inclusive produzir resultados adversos, como o surgimento de “candidaturas laranja”, consideradas, por muitos, fruto das novas imposições legais. A explicitação das opiniões de dirigentes partidários acerca da Lei de Cotas demarca uma linha divisória conforme mostra o Quadro 1.

Quadro 1

Estados	Partidos que atribuem às cotas o crescimento da militância	Partidos que não atribuem às cotas o crescimento da militância
Ceará	PSOL, PCdoB, PT, PSB, DEM, PP	PSDB, PMDB, PP, PDT, PR, PTB
Rio de Janeiro	PR, PSC, PCdoB, PSB, PT, DEM, PV, PSDB, PMDB	PSOL, PDT, PPS, PTB, PP

Fonte: Pesquisa com os dirigentes partidários (Rio de Janeiro e Ceará).

Alterações no recrutamento de candidaturas, em comparação aos pleitos anteriores, foram apontadas por alguns partidos. Aqueles já familiarizados com o incremento de candidaturas de mulheres e adeptos de uma política interna de mobilização alegaram menores constrangimentos com a Lei de Cotas.

Entre os fatores apontados, foi destacada a necessidade de o partido se mobilizar em busca de candidatas, "se mexer", na expressão de alguns dirigentes, tendo em vista inclusive a restrição consequente do aumento de candidaturas masculinas.

Alguns discursos de dirigentes cearenses referentes à política de cotas fundamentam as razões para a aceitação ou rejeição.

> Sou contra as cotas. O estabelecimento de cotas não leva àquilo que a lei imaginava que pudesse, que é aumentar a participação de mulheres no processo político (dirigente do PMDB).
>
> As cotas são positivas, mas nem sempre resolvem. As cotas forçam os partidos a buscarem alternativas, abrem espaços para a mulher na sociedade (dirigente do PCdoB).
>
> A Lei de Cotas não influenciou a participação. Antes do dispositivo, outras mulheres foram eleitas. Algumas pessoas acham que a Lei de Cotas é uma "forçação de barra". Eu estou mais ou menos na linha dos que defendem. O processo deve ser educativo e de mobilização (dirigente do PDT).
>
> A lei não precisa ter uma para cada pessoa. Não precisa ter uma lei do preto, uma lei para o branco, uma lei para o índio. Acho que o comportamento tem que ser para todos. Os direitos são iguais. Eu discordo. Acho que você termina criando tabus em cima de coisas que poderiam ser tratadas com maior facilidade. Aqui tem o PR mulher e não tem o PR homem, tem o PR jovem, etc. (dirigente do PR).
>
> Quem tem mais potencial tem mais prioridade. Por isso não concordo com as cotas, pois se você tem mais voto tem vantagem em cima de mim (dirigente do PR).

> A questão econômica limita a participação de jovens e mulheres. A questão mercadológica provoca nos partidos um tipo de concorrência. A Lei de Cotas é totalmente desnecessária, não funciona, não há necessidade de leis específicas (dirigente do PSDB).
>
> Não conseguimos atingir a cota não. Eu vou te mostrar aqui a nossa lista de candidatos. Sabe quantas mulheres nós temos? Duas! A estadual e a federal. Pra federal nós só temos quatro candidatos, três homens e uma mulher. Nós fizemos uma coligação com outros partidos. Aí a proporcionalidade deixa de ser por partido e passa a ser pela coligação. Eram inicialmente quatro mulheres. Quando a gente mandou a documentação, estava dentro da proporcionalidade, mas a Rose renunciou e a Joana Darc foi impugnada. Tá entendendo como é? Eram quatro e ficaram duas. Não há resistência do partido para cumprimento da Lei de Cotas de jeito nenhum. A gente vai é atrás. Eu fui um que consumi uma energia doida aí atrás de mulher pra sair candidata. Todo mundo, todos os dirigentes estavam precisando de mulher pra sair candidata (dirigente do PP).

Os posicionamentos a respeito das cotas são indicadores de várias questões. Considera-se inicialmente que as políticas de inserção de mulheres no âmbito dos partidos, salvo raras exceções, não possuem organicidade, o que promove discursos sobre a "ausência" de candidatas. A tentativa de equilibrar possibilidades de ganhos eleitorais com o cumprimento de cotas chama atenção para a equação difícil entre a dimensão pragmática e as estratégias possíveis de inclusão de candidatas. A esse respeito é importante mencionar a opinião de uma representante do PPS cearense:

> Agora, todos os homens estão loucos para ter mulheres candidatas. Quando surgiu a obrigatoriedade, todo mundo correu mesmo. Aumentou o número de "laranjas". Antes tinha "laranja" pra deixar a chapa bonita, mas em 2010 aumentou. Agora (para 2012) já estão tentando convencer as lideranças para se candidatar. E vai ter que mudar mesmo por causa dos 30%. Precisa colocar gente que tenha voto, senão se perdem 30% dos votos do partido, 30% do tempo de TV. De uma forma torta, a cota vai funcionar (representante de mulheres do PPS).

Ideias conclusivas – a equação "presença" e "ausência"

É, sobretudo, no contexto do período eleitoral, momento de execução da lei de cotas, que as questões sobre a "ausência" de candidatas ressurgem com nitidez no interior das agremiações partidárias. A primeira refere-se ao fato já mencionado anteriormente de que não há uma relação imediata entre participação das mulheres nos partidos e construção de

candidaturas. Diferentes formas de sociabilidade presentes nos coletivos de mulheres, tais como reuniões, rodas de conversas e comemorações, levam a crer que os partidos congregam diferentes formatos de participação não especificamente enquadrável no que é designado como “formação política”. Outro dado interessante a considerar diz respeito à existência de determinados espaços de participação, a exemplo de comitês designados “ala feminina do partido x”, “grupo de mulheres”, além de outros coletivos que não necessariamente trazem por resultado o aumento de postulantes femininas ao Legislativo.

Uma outra questão correlata refere-se ao modo como se processa o percurso político de mulheres. A ideia de uma carreira ascendente que se inicia pelo recrutamento e se alimenta no cotidiano dos partidos parece não ocorrer em muitos dos casos, chamando atenção para diferentes formas de inserção de filiados e questionando a versão naturalizada de que a instituição de lideranças passa por uma gradação ascendente.

Fora dos partidos, os espaços de formação de lideranças políticas correspondem a formas associativas de caráter mais ou menos reivindicativo. Uma das fontes históricas de recrutamento de candidaturas de mulheres ocorre entre lideranças de bairro, sobretudo presidente de associações de moradores, que se lançam na representação na Câmara de Vereadores. Trata-se de candidaturas apoiadas por partidos com inserção mais orgânica no interior dos movimentos sociais.

Entretanto, se os movimentos sociais e outras formas efetivas de liderança constituem um dos pré-requisitos considerados importantes na construção de candidaturas de mulheres, a dedução entre os dois espaços de atividade não é imediata para um conjunto amplo de segmentos populares. Observa-se, portanto, um descompasso entre protagonismo de mulheres em contextos da sociedade civil e instituição de candidaturas, principalmente no campo do Poder Legislativo.

Não seria exagerado afirmar que o discurso sobre a participação de mulheres nas instituições partidárias se efetiva tentando adequar oportunidades de sucesso eleitoral com exigências programáticas e ingerências legais. Os partidos, em sua maioria, tendem a fazer uma adaptação das estratégias de maximização das oportunidades de ganhos eleitorais com o preenchimento das cotas. A dimensão pragmática traz como suposto a ideia de que os partidos necessitam solidificar seus candidatos com maior capital político, independente da condição de gênero. Trata-se de uma hipótese que não se restringe aos partidos mais tradicionais, estendendo-se também a agremiações pautadas por uma prática de mobilização e

ampliação de suas bases, o que leva à afirmação de que "o partido apoia candidatos de maior densidade eleitoral".

Pensando na formulação de Bourdieu (1989) sobre o campo da política como um mercado em concorrência por lugares e posições, é possível afirmar que o discurso de dirigentes partidários enfrenta o desafio de pautar suas práticas no âmbito da legitimidade (justificativa de ampliação de requisitos democráticos e maior incorporação de mulheres) e legalidade (preenchimento das cotas), sem abdicar da luta pelo monopólio do poder. Se as mulheres são evocadas em discursos, *sites* e propagandas como prova de reconhecimento de um capital simbólico significativo, é a disputa por espaços de poder no âmbito da política que tensiona a vigência de práticas afirmativas de gênero.

Raciocinando com as categorias weberianas, poder-se-ia pensar que uma "ética da convicção", formulada por partidos com ideologias mais orgânicas, ou uma "ética da responsabilidade", baseada no conhecimento dos efeitos das práticas sociais sobre a consolidação partidária, tenderia a entrar em coalizão com uma proposta pautada nos princípios do mercado concorrencial. É a emergência de vários fatores envolvidos na lógica da preservação e expansão de resultados eleitorais que condiciona a possibilidade de implementação de estratégias afirmativas, mesmo havendo compromissos ideológicos (ARAÚJO, 2005).

Essa é uma perspectiva sentida, por exemplo, por uma presidente da secretaria de mulheres do PSB: "O jogo é muito masculino, é inescrupuloso, muito pragmático". Na mesma direção, posiciona-se uma participante do núcleo "Rosa de Luxemburgo", do PSOL, referindo-se às dificuldades de inserção das mulheres no espaço político: "As mulheres não se colocam e as que se colocam às vezes se masculinizam".

A secretária do coletivo de mulheres do PCdoB chama a atenção para as atividades ali desenvolvidas – rodas de conversas, debates, oficinas, representação e movimento de mulheres –, comprobatórias de que "as mulheres têm estímulo, mas o que está enraizado não é fácil de desenraizar". Ainda segundo seu depoimento, "a cota pela cota não consegue efetivar a participação, a cota é uma estratégia. Garante a presença mesmo que de maneira figurativa. As mulheres na política reproduzem obstáculos que se dão fora do partido, organizam as tarefas e não têm rodízio de horários". Concluindo, a secretária afirma que "as mulheres estão no meio do campo, numa travessia entre o passado e o futuro".

Identificaram-se, na pesquisa, dois parâmetros que parecem guiar o conjunto de representações de dirigentes partidários: as percepções que

poderiam ser designadas como "protecionistas", referentes à incorporação pelos partidos de estratégias de ampliação de candidaturas de mulheres, para além da obrigatoriedade das cotas; e as "pragmáticas", concernentes à prevalência de uma maximização de oportunidades eleitorais, beneficiando apenas candidatas de elevado capital político.

Trata-se de classificações que não se apresentam de forma antagônica, pois existe na realidade um modelo combinado de percepções, indicando possíveis práticas que buscam, no limite, acionar a formação de candidaturas sem perder de vista o incremento de vantagens eleitorais.

A participação efetiva de mulheres no âmbito dos partidos, ainda digna de um estudo mais aprofundado, aponta a possibilidade da existência de uma divisão do trabalho político entre funções por gênero. Isso significa dizer que existe grande sociabilidade e participação nos coletivos específicos de mulheres, apontando uma defasagem entre atuação cotidiana no trabalho partidário e incidência no aumento de candidatas a cargos de representação.

De princípio, uma das questões instigantes é verificar o fato de que a participação de mulheres nos partidos, na condição de integrantes de coletivos organizados, exercendo diferentes funções, não repercute de forma imediata na formação de candidaturas. É importante ressaltar que as carreiras políticas de mulheres efetivam-se ou rompendo radicalmente com etapas de acumulação de capital político, ou, ao contrário, restringindo-se a funções que não ultrapassam certos patamares. É nessa perspectiva que a "ausência" passa a ser designada como parte da história de mulheres na política.

Finalmente, é importante enfatizar que poucos dirigentes partidários atribuem à sua agremiação razões explicativas para a desigualdade de participação política entre homens e mulheres. Não se sentem responsáveis pela "ausência" de candidatas, referindo-se fundamentalmente aos obstáculos extrapartidários, "existentes na sociedade", entre os quais incluem os valores femininos naturalizados.

A pesquisa também chamou atenção para os mecanismos que dão suporte ao percurso profissional de mulheres na política. Observou-se que as carreiras políticas das mulheres parecem descontínuas, corroborando a ideia difundida entre alguns dirigentes de que "mulheres não entram para concorrer, mas para participar". A esse respeito, a representante do PPS no Ceará afirma que "a maioria das mulheres tá feliz com o que tem e o que elas têm é poder falar. Não têm voto, não têm decisão. Não entendem que voz é importante, mas não definem as coisas". O argu-

mento da dificuldade de transformar a participação em representação está também presente na fala da representante de mulheres do PT: "As mulheres têm dificuldades de serem ouvidas, são motivos de piada, existe descredibilidade".

Enfim, a pesquisa atentou para a necessidade de outros desdobramentos de investigação capazes, por exemplo, de aprofundar os mecanismos de participação que se efetivam no interior dos partidos. Um olhar mais etnográfico dirigido para entender os mecanismos internos de participação, para além da retórica de dirigentes, pode inclusive apontar resultados mais aprofundados sobre as formas de participação e sociabilidade vigentes no interior dos partidos, assim como as potencialidades de construção de capital político.

Para além do desejo legítimo de ampliação das candidaturas de mulheres, é importante refletir sobre a função dos partidos enquanto reprodutores das desigualdades, bem como a respeito dos diversos mecanismos de exclusão circunscritos à totalidade da vida social. A observação dessa complexidade, que inclui o papel dos partidos, a visão das potenciais candidatas e a lógica que preside a formação das carreiras políticas, é crucial para se compreenderem os mecanismos de "ausência" e "presença" de mulheres na política.

Referências

ÁLVARES, M. L. M. Mulheres brasileiras em tempo de competição eleitoral: seleção de candidaturas e degraus de acesso aos cargos parlamentares. **Dados**, v. 51, n. 4, 2008.

ALVES, J. E.; CAVENAGHI, S. O paradoxo entre a maior inserção social das mulheres e a baixa participação feminina nos espaços de poder: refazendo a política de cotas. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL FAZENDO GÊNERO 8: CORPO, VIOLÊNCIA E PODER. **Anais...** Florianópolis, v. 1, p. 1-7, 2008.

ARAÚJO, C. Partidos políticos e gênero: mediações nas rotas de ingresso das mulheres na representação política. **Revista de Sociologia e Política**, jun. 2005, p. 193-215.

________. Potencialidades e limites da política de cotas no Brasil. **Rev. Estud. Fem.**, Florianópolis, v. 9, n. 1. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo>. Acesso em: 31 jan. 2011.

AVELAR, L. **Mulheres na elite política brasileira**. São Paulo: Konrad Adenauer; Unesp, 2001.

BARREIRA, I. **Chuva de papéis** – rituais e símbolos de campanhas eleitorais no Brasil. Rio de Janeiro: Relume Dumará, Núcleo de Antropologia da Política, 1998.

________. **Imagens ritualizadas** – apresentação de mulheres em cenários eleitorais. Fortaleza: EUFC; Funcap; CNPq/Pronex; Campinas: Pontes, 2008.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

DURKHEIM, É. **Les formes élémentaires de la vie réligieuse**. Paris: Presses Universitaire de France, 1979.

JODELET, D. **Les répresentations sociales**, Paris: Presses Universitaires de France, 1994.

LAHIRE, B. **Retratos sociológicos** – disposições e variações individuais. Porto Alegre: Artmed, 2004.

MIGUEL, L. F. Política de interesses, política do desvelo: representação e “singularidade feminina”. **Rev. Estud. Fem.**, Florianópolis, v. 9, n. 1, 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2001000100015&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 31 jan. 2011.

NORRIS, P. **Electoral enginering**: voting rules and political behavior. Disponível em: <www.olemiss.edu/courses/pol 628/norris04.pdf>. Acesso em: 10 maio 2011.

MULHERES ainda são poucas nos partidos e nos parlamentos, mesmo maioria no colégio eleitoral. **O Povo**. 17/07/2010. Disponível em: <www.opovo.com.br>. Acesso em: 17 jul. 2010.

PERISSINOTTO, R. M.; BOLOGNESI, B. O recrutamento político no PT e no PFL paranaenses nas eleições de 2006: sugestões de pesquisa. **Mediações**, v. 14, n.1, p. 143-169, jan./jun. 2009.

PALMEIRA, M.; HEREDIA, B. Os comícios e as políticas de facções. **Anuário Antropológico**, Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, n. 94, 1995.

PHILLIPS, A. **Género y teoría democrática**. México: Instituto de Investigaciones Sociales, 1996.

ZIMMERMAN, J. Equity in representation for women and minorities. In: RULE, W.; ZIMMERMAN, J. (Eds.). **Electoral systems in comparative perspective**: their impact on women and minorities. Westport: Greenwood, 1994.

O "gênero", os "elegíveis" e os "não-elegíveis": uma análise das candidaturas para a Câmara Federal em 2010

Clara Araújo*
Doriam Borges**

Este trabalho objetiva analisar o processo eleitoral de 2010, para o cargo de deputado federal, sob o ângulo das candidaturas. A unidade de análise privilegiada são os próprios candidatos ao cargo em foco.[1] O principal e mais emblemático déficit de participação feminina no espaço da representação política no Brasil tem sido o do acesso à Câmara Federal. Tal constatação é praticamente um consenso na literatura que se dedica ao estudo do tema (ALVARES, 2004; ALVES, 2005; ARAÚJO, 2001, 2009; ARAÚJO; ALVES, 2007; SACHETT, 2009) e igualmente é demonstrada em outros artigos desta coletânea.

Embora guarde suas peculiaridades, o caso brasileiro também se insere em percursos mais gerais, que envolvem as democracias representativas contemporâneas, com seus dois atores centrais envolvidos nas competições legislativas: candidatos e partidos. Tais percursos passam pelas trajetórias e perfis de carreiras que formarão os potenciais competidores (MIGUEL, 2009; ARAÚJO, 2010) e pelas estratégias de recrutamento político levadas em conta no ambiente sistêmico e político das competições (NORRIS; LOVENDUSKY, 1995), os quais se relacionam com os processos eleitorais, ou seja, com os recursos de campanha, variáveis do sistema eleitoral e contextos políticos nos quais se está competindo.

* Doutora em Ciências Sociais. Professora do Departamento de Ciências Sociais (DPCIS) e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais (PPCIS) da UERJ. Coordenadora do NUDERG – Núcleo de Estudos em Desigualdades Contemporâneas e em Relações de Gênero/UERJ.

** Doutor em Sociologia. Professor do Departamento de Ciências Sociais (DPCIS) e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais (PPCIS) da UERJ.

[1] Para este nível eleitoral, a pesquisa do Consórcio foi dividida em dois blocos: a análise dos candidatos e a análise dos partidos. Os artigos de Santos, Paula e Seabra e de Barreira e Nillin, neste livro, tratam dos partidos como unidade de análise. Agradecemos a Karolyne Romero, assistente de pesquisa, e aos bolsistas que trabalharam na organização dos dados.

Em geral, todos esses fatores são condensados em três grandes dimensões sistematizadas inicialmente por Norris (1993), ampliadas e revistas recentemente por Krook (2011) e, de algum modo, usadas por vários estudos sobre o tema: os fatores socioeconômicos, os culturais e os do sistema político propriamente dito. Sob diferentes ângulos, tais fatores vêm sendo investigados, seja como dimensões autônomas, seja em suas interdependências (ALVARES, 2004; ARAÚJO; ALVES, 2007; BOLOGNESI; COSTA, 2009; BALDEZ, 2008). Na perspectiva de Norris, assim como de outros autores (MATLAND, 2002; KROOK, 2010) também considerados nesta análise, estes fatores têm sido tratados como duas dimensões relacionadas a um mesmo processo, denominadas pelo autor de: "demanda" (dos partidos com vistas à composição de suas listas) e de "oferta" (aqueles indivíduos disponíveis e/ou potencialmente elegíveis).

De modo sucinto, porque já analisadas em vários trabalhos, pode-se dizer que *demanda* e *oferta* são faces do recrutamento eleitoral que ocorre e se realiza em cenários mais amplos do sistema político, envolvendo cultura política, sistema partidário e competição legislativa em si, ou seja, o contexto específico de cada disputa eleitoral. Do lado da *oferta*, tal processo está relacionado com os indivíduos/candidaturas, suas motivações, capital político e trajetórias, sendo atinente ou englobando os seguintes aspectos: a *trajetória social*; as *motivações; os recursos* (compreendidos como um conjunto que transcende a dimensão financeira e envolve tudo o que pode se constituir em "capital político"); e, por último, o que se define como o *"pool" de elegíveis*, ou seja, um grupo de competidores que reúnem mais condições e mais chances de serem eleitos dentro desse vasto conjunto. Do lado da *demanda*, estão os partidos políticos e os aspectos relevantes na engenharia eleitoral dos partidos em determinado contexto.

Nas pesquisas do Consórcio Bertha Lutz, os lados da *demanda* e da *oferta* foram explorados de modo paralelo – embora analiticamente conectados.[2] Neste trabalho, tomou-se a perspectiva de Norris como referência mais geral, por permitir perguntas centrais relacionadas à temática e possibilitar o trabalho com diversos níveis analíticos, sob o ângulo da "oferta", ou seja, dos candidatos.[3]

---

[2] Vale registrar que estudos recentes, contudo, não só ampliam essas dimensões como também questionam certo estreitamento da construção da representação legislativa ao seu próprio campo, propondo a incorporação de outras dimensões. Ver, por exemplo, Celis et al. (2008).

[3] Para o estudo das candidaturas tendo como informantes os candidatos, foi construído um questionário em que se buscou contemplar ao máximo as dimensões propostas no modelo de Norris. O questionário tomou por base, também, outros já aplicados nesta mesma perspectiva (MARX et al., 2007; ARAÚJO, 1998, 2008).

O presente estudo foi estruturado no sentido de obter elementos e tentar responder a algumas perguntas consideradas centrais, referentes a aspectos relacionados com as dimensões mencionadas anteriormente e que: influenciam as decisões dos indivíduos de se tornarem candidatos; podem determinar a viabilidade e o acesso de suas candidaturas; e operam para viabilizar ou obstaculizar o ingresso de mulheres nesses cargos legislativos, quando observados na perspectiva de gênero. O objetivo, portanto, consistiu em tentar identificar, via candidatos, possíveis mediações pelo gênero e as principais barreiras e estímulos que acompanham o percurso desde as potencias candidaturas, o “*pool*” de elegíveis até a eleição efetiva. Um elemento adicional considerado na análise foi a nova Lei de Cotas e o que mudou na sua implantação e em seus possíveis impactos. Em seguida, procurou-se identificar agregações de indivíduos cujas trajetórias, perfis e/ou capitais se aproximassem ou se distanciassem de perfis vencedores ou perdedores. Posteriormente, buscou-se acrescentar e entender como certas características encontradas se aproximam ou se distanciam e interagem com outras características identificadas via análise da literatura – particularmente a magnitude dos partidos aos quais pertencem – e/ou por meio de dados fornecidos por esses mesmos candidatos ao TSE, neste caso, os gastos declarados de campanha.[4] Isto foi feito a partir das informações fornecidas pelos candidatos no questionário e, posteriormente, em articulação com dados empíricos coletados no TSE. Esta segunda parte tem como fontes centrais dados oriundos do TSE. O tratamento de muitas dessas questões em pesquisas no Brasil não é novo. O que há de novo neste trabalho é a amplitude da investigação com candidatos, além dos caminhos usados para verificar possíveis agregações de perfis de acordo com a discussão anterior.[5]

Procedimentos metodológicos

Construiu-se uma articulação de procedimentos e das seguintes fontes: uma pesquisa amostral baseada em questionário estruturado aplicado junto a candidatos ao cargo de deputado federal em 14 Estados do país; dados fornecidos pelos candidatos ao Tribunal Superior Eleitoral ou produzidos pelo próprio TSE, sobre o perfil sociodemográfico, o pertencimento parti-

[4] O financiamento de campanha é objeto de estudo detalhado de Sachett e Speck, no âmbito desta coletânea.

[5] Esta segunda parte toma como referência o trabalho de Araújo e Alves (2007), buscando ampliar as variáveis e verificar seus pesos a partir de outro ângulo de análise

dário, os resultados eleitorais traduzidos em votos e condição de eleição e as informações relativas à prestação de contas de campanha oficialmente informada ao TSE pelos candidatos; dados obtidos pelo TSE referentes a votos, cargos e coligações desses candidatos, bem como de todos os candidatos registrados no TSE; e, por fim, dados de campanha obtidos pelo próprio Consórcio relacionados com o acompanhamento do Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral – HGPE.[6] Neste artigo, utilizou-se apenas a informação referente ao tempo total de aparição dos candidatos no HGPE, como uma variável importante para se pensar o item dos "recursos" e relacionar com indivíduos que formarão o *grupo de potenciais elegíveis*. Sem considerar uma relação causal, o intuito foi identificar se havia interação entre a aparição e o tempo de exposição no HGPE e a maior potencialidade de eleição.

O trabalho está dividido em duas partes. A primeira expõe e discute a pesquisa amostral com candidatos, analisando, de maneira sintética, os dados do *survey* considerados centrais na perspectiva multidimensional tratada.[7] São descritos os traços gerais encontrados nas respostas de candidatos e candidatas em cada uma das dimensões e, em seguida, apresentam-se os resultados de uma análise de *cluster* construída com as mesmas variáveis e algumas obtidas diretamente do TSE, cujo intuito foi identificar aspectos comuns ou que estão mais presentes nos candidatos, segundo o sexo e traços que compõem o que seria um *cluster* de eleitos. O objetivo de articular os dois movimentos foi o de mapear características mais presentes e constantes nesses três blocos de indivíduos. Busca-se, com isso, pensar sobre os obstáculos e incentivos encontrados nos caminhos que os indivíduos percorrem ao tentarem ou se tornarem parte da *elite política*.[8]

A segunda parte toma como fontes as informações do TSE e do HGPE. Aqui, procurou-se identificar o peso de algumas das variáveis relacionadas ao processo eleitoral e sistema partidário, tendo por base dados socioeconômicos dos candidatos. Considerando-se que os candidatos amostrados no *survey* também estavam contidos nesse universo, buscava-se relacionar as informações discutidas na primeira parte com o contexto mais geral no

[6] Sobre o HGPE, há um artigo específico nesta coletânea.

[7] Por razões de espaço, são apresentadas apenas as considerações principais sobre os dados encontrados na pesquisa com candidatos. A apresentação dos mesmos em termos estatísticos, bem como sua análise, está disponível no Relatório do Consórcio. Aqui serão feitas breves referências a dados estatísticos, apontando-se, sobretudo, o que tais dados sugerem.

[8] Numa acepção mais geral do uso do termo na literatura das Ciências Políticas.

qual tais candidatos se encontram. Pretendeu-se, então, analisar o mesmo universo da pesquisa amostral, ou seja, dados dos candidatos ao cargo de deputado federal nos 14 Estados, observando-os, porém, sob dois novos ângulos: o das informações censitárias e o de variáveis ligadas ao processo eleitoral *strictu senso* e mensuráveis por meio de dados estatísticos. A questão mais geral que orientou esta parte da análise foi a de saber em que medida fatores indicados pelos candidatos em suas respostas ao *survey*, e passíveis de identificação em dados mais gerais, surgem como padrões mais consistentes para predizer a elegibilidade. Para tanto, foram consideradas apenas as variáveis disponíveis nos dados do TSE. Muitas delas, de forma diferenciada e mais desagregada, também foram incluídas no questionário. Em seguida, aplicou-se o mesmo modelo para os dados referentes ao total do Brasil, a fim de verificar *se* e *em que medida* aspectos mencionados por um grupo de informantes se repetem e se configuram como um conjunto de características mais gerais de candidatos e/ou de candidatos potencialmente elegíveis. Por fim, procedeu-se a uma regressão logística, no sentido de identificar os perfis dos candidatos com maior probabilidade de serem eleitos.

Parte I - As barreiras, as brechas e a reconstituição dos lugares de gênero – uma análise dos candidatos e de suas informações

Informações metodológicas

As informações metodológicas básicas sobre a amostra de entrevistados encontram-se no Anexo 1 deste artigo.[9] Na análise realizada a seguir, para efeito didático, foram selecionadas e agregadas em grupos perguntas do questionário que se aproximam dos objetivos delineados anteriormente (Anexo 2). Algumas dessas questões cabiam múltiplas respostas e outras apenas uma escolha. Embora com universo limitado e, em muitos casos, números estatisticamente pouco robustos, destaca-se aqui o sentido indicativo das respostas e suas possibilidades como novos pontos de partida para futuras investigações.

[9] O informe detalhado da construção da amostra, assim como as tabelas com os dados, é apresentado no Relatório de Pesquisa do Consórcio Bertha Lutz, disponível em PDF.

Perfil sociodemográfico e vínculos sociais dos entrevistados

Entre os entrevistados, 19% são mulheres e 81% homens. Assim como no universo de candidatos, a escolaridade é bastante elevada. Mais de 50% possuem curso superior e as mulheres apresentam nível de instrução mais elevado, sobretudo entre eleitos.

Em relação ao estado civil, a distribuição de casados e solteiros é equilibrada em ambos os sexos, mas entre as mulheres há mais solteiras do que casadas. Já a faixa etária que mais concentra pessoas é a de 18 a 39 anos, sendo que as mulheres são um pouco mais representativas nesta faixa do que os homens, ao passo que eles são mais do que o dobro das mulheres no grupo de 60 anos.

A maior parte dos entrevistados tem filhos, mas a média de filhos é mais elevada entre os homens (2,46) do que entre as mulheres (1,59). Os católicos concentram os percentuais mais elevados em ambos os sexos (41,5% para as mulheres e 58,3% para os homens). Há uma diferença considerável entre homens e mulheres na segunda religião mais escolhida (31% delas se disseram pentecostais, contra 8,1% dos homens).

No quesito cor ou raça, a maioria se identificou como branca, seguida por parda e preta (respectivamente, 49,2%, 36,1% e 13,4%, entre as mulheres, e 37,8% e 37,0% e 7,3%, entre os homens). Em se tratando de ocupação atual, a maior parte das mulheres estava inserida no setor público, vindo, a seguir, o trabalho por conta própria, emblemático da concentração de mulheres nesse setor, em geral, informal. Os homens exercem mais profissões vinculadas ao setor privado. Agregando-se as ocupações atuais, visando identificar quem possuía e quem não possuía cargo político, constatou-se que a maioria não exercia esse tipo de cargos na época da entrevista. Entre os que ocupavam, a proporção de homens (19%) é ligeiramente mais elevada do que a de mulheres (16%).

No que diz respeito ao perfil partidário, segundo agregação por tamanho (pequeno, médio e grande),[10] a maior parte dos entrevistados pertencia aos partidos pequenos, seguidos pelos partidos grandes e depois os médios (respectivamente, 49,3%, 29,5% e 21,2%, na população feminina, e 48,2%, 32,3% e 19,5%, na masculina).

[10] Grandes: DEM, PMDB, PT e PSDB; médios:PR, PSB, PP, PTB e PDT; pequenos: demais

Motivações nos caminhos da inserção partidária e eleitoral

Por que determinadas pessoas se motivam a disputar um processo eleitoral e outras não? E por que, proporcionalmente, menos mulheres se dispõem a fazê-lo? Tomou-se como pressuposto o percurso histórico já bastante registrado e discutido na literatura, mas o interesse foi identificar, em um leque de possibilidades apresentadas, quais as motivações e razões centrais que marcam *esse grupo em particula*r e como isto se insere na interação com as demandas partidárias. As questões selecionadas buscaram identificar aspectos das trajetórias pessoais e públicas que levaram esse grupo a se interessar pela política.

As principais motivações para o ingresso *na carreira política*, para ambos os sexos, foram *ideológicas*, seguidas por *experiência de militância* e *participação anterior em outras organizações*. Porém, observou-se pequeno índice de respostas de *motivações coletivas.* Os estímulos advindos de familiares políticos são baixos para ambos, mas homens explicitam mais do que as mulheres este tipo de estímulo, mais precisamente o dobro. Na motivação política para *se tornar candidato*, as opções mais escolhidas foram *militância no partido e* vontade própria de transformar a ação política em atuação no Legislativo ou no Executivo. Proposta de organização social e de movimentos nos quais participava veio em seguida. Em terceiro lugar foi mencionado o convite de pessoas do partido e, em quarto, o fato de já ser ou ter sido parlamentar. Quando se observa por sexo, nota-se que, em ambos, há predominância de uma motivação orientada pela *militância* e a vontade de transformá-la em atuação parlamentar. Entre os homens, o motivo *participação em uma organização* vem logo em seguida com mais peso. Convite de pessoas do partido se apresentou com peso. Só posteriormente surgiu a participação em uma organização coletiva. O convite em função da Lei de Cotas também foi razoavelmente mencionado, o que sugere que a segunda alternativa também pode ser derivada do estímulo/necessidade das cotas. A influência político-familiar para candidaturas, ainda que *residual* no número de respostas, é mais citada pelas mulheres do que pelos homens.

Tanto para homens como para mulheres, trajetórias públicas individuais e liderança pessoal constituíram as principais motivações. As *motivações pessoais* mesclam-se com as *trajetórias políticas*. Ter *liderança no local ou região onde moram* foi bem mencionada pelas mulheres e obteve menção bem elevada entre os homens. Isto sugere que o *peso de uma base local para estímulo à competição pode ser relevante não só para os*

níveis mais locais de disputa. O *tempo de vivência partidária* é importante. Entre as razões para se candidatar, destacaram-se, também, a ocupação de cargos públicos ou partidários e o fato de ser figura pública conhecida. Motivos associados à atuação coletiva ou vínculos associativos só vieram posteriormente. Os homens representam 33% dos que atribuíram a candidatura a projetos pessoais e as mulheres respondem por 56%, ou seja, mais da metade.

Mais uma vez, a existência de outras experiências familiares na política demonstrou ter peso bem menor, mas, ainda assim, é o dobro para os homens em comparação com as mulheres. Razões éticas e altruístas são pouco mencionadas por ambos os sexos. O histórico de *inserção política anterior* surge como elemento importante para estimular a inserção partidária, e mesmo as candidaturas. *As trajetórias públicas que conferem liderança pessoal se destacaram entre as motivações*. *O peso do histórico familiar parece estar se reduzindo, sugerindo maior institucionalização e diversificação de caminhos*.[11]

Recursos como trajetórias e experiências públicas

Seguindo o fio condutor anterior, procurou-se verificar os traços centrais das trajetórias individuais associadas à ocupação *de cargos públicos e que se transformam em potenciais capitais eleitorais*. Considerou-se, também, que familiares que exerceram ou exercem cargos públicos operam como canais de acesso e estímulo ao ingresso na política. A maior parte dos entrevistados não havia exercido esse tipo de cargo. Entre os que ocuparam, a proporção é um pouco maior para homens (36%) do que para mulheres (30%). A ocupação de *cargos públicos por familiares* é reveladora do traço de gênero na política: seis em cada dez homens responderam afirmativamente à pergunta; ao passo que, entre as mulheres, cerca de quatro em cada dez afirmaram tal situação. A maior parte diz já ter alguma experiência de participação pública em cargos, sejam estes associativos ou privados, mas também aqui isso é mais comum entre os homens do que entre as mulheres. Sobre a ocupação de cargos no Legislativo ou no Executivo, bem mais homens (48,4%) do que mulheres (30,1%) tiveram tal experiência. As trajetórias de homens e mulheres em relação à ocupação

[11] Em um exercício exploratório dos dados, visando identificar onde estão as mulheres vencedoras, verificou-se que estas se aproximam mais dos perfis encontrados para os homens, sobretudo em se tratando da ocupação dos cargos. A trajetória parlamentar se confirmou entre os eleitos. Ser ou já ter sido parlamentar praticamente se mantém estável e quase empata com as motivações de experiência de militância.

de cargos públicos revelam um padrão interessante: os homens possuem mais experiência em todos os tipos de cargos mencionados.[12]

Recursos como inserção e experiência partidária

Como a vida e as organizações partidárias se relacionam com as motivações, possibilidades de candidaturas e de formação de capitais eleitorais? Saber como se constroem essas trajetórias internas, em que medida os candidatos têm uma inserção que lhes garante apoio e qual o peso desta relação na eleição foram aspectos explorados.

Os candidatos têm um tempo razoável de filiação. A maior parte (65% dos homens e 56% das mulheres) possui mais de oito anos de vida partidária. Na média, os homens possuem mais tempo de militância partidária do que as mulheres (8,16 e 7,48 anos, respectivamente) e, entre aqueles com mais de dez anos, os homens são também maioria. O percentual de mulheres é ligeiramente maior do que o de homens entre aqueles com até dois anos de filiação, o que sugere que as mulheres estão começando a ingressar de modo mais sistemático nestas organizações.

A maioria não ocupa cargos partidários, mas, entre os que ocupam, as mulheres são um pouco menos (33%) do que os homens (38%). Ser dirigente partidário pode constituir importante estímulo e base para a disputa eleitoral. Os cargos considerados mais relevantes por homens ou por mulheres podem ser emblemáticos dos espaços ocupados pelos mesmos. Homens destacaram, sobretudo, os cargos de presidente e coordenador executivo, enquanto as mulheres mencionaram, principalmente, a condição de fundadoras e, entre os cargos, os de secretária, tesoureira e conselheira. Quatro em cada cinco eleitos ocupavam cargos no partido, o que reforça a relação constatada. Experiência eleitoral, familiaridade com campanhas e, por consequência, com a dinâmica partidária são aspectos mais presente entre os homens (64%) em comparação com as mulheres (43%).

A percepção de *resistência à candidatura* pode ser considerada elevada entre respondentes, correspondendo a cerca de 1/3 do total – 38,5% de mulheres e 30% de homens. Como objetos da *resistência*, o próprio partido foi o mais mencionado por ambos os sexos, mas homens citaram bem mais este fator em relação às mulheres. Aqui, é possível especular

[12] A pergunta 19 foi agregada dado o pequeno número de resposta em cada subitem. Assim, em alguns casos, como associações de moradores, mulheres tinham experiência maior, porém no agregado essa experiência é maior entre os homens.

sobre o caráter intrapartidário da competição e as expectativas internas associadas com o apoio solicitado ou esperado, por um lado, e o apoio recebido, por outro. Ou ainda que os atores do jogo já estariam definidos, de modo que tanto a demanda ao partido como as respostas destes às mulheres tenderiam a ser menos conflituosas. Em outras palavras, ao não ser mencionada tanta resistência partidária, parece mais apropriado pensar em termos de vulnerabilidade ou exterioridade ao jogo da competição pelas mulheres do que propriamente apoio às mesmas.

O *processo de formação das chapas para dirigentes internos/partidários* é conhecido por mais da metade dos entrevistados (54%), sendo que a proporção de mulheres informadas (57%) é maior do que a de homens (53%). Embora numericamente poucos, entre os eleitos quatro em cada cinco disseram conhecer esse processo. Para a maior parte dos homens (44%), *as decisões para o processo de formação das chapas para dirigentes internos são mais informais*. Já para as mulheres, a maioria (53,7%) apontou que essas são *decisões formais, realizadas por meio de assembleias e votações prévias*, contra 35% dos homens que consideram o processo formal.

Outro tópico foi o conhecimento sobre o *processo de formação de chapas eleitorais no partido.* Esta questão, de algum modo, observa a familiaridade com o recrutamento eleitoral A maior parte (seis em cada dez entrevistados) disse conhecê-lo. O índice de respostas por sexo é idêntico. Contudo, *entre os eleitos, essa percepção de conhecimento é bem maior: oito em dez eleitos responderam conhecer o processo*. Dizer que conhece o processo remete à percepção que o indivíduo tem da questão, entretanto, isso não necessariamente implica domínio de sua dinâmica efetiva em seus desdobramentos práticos. Os homens escolheram respostas mais pragmáticas: 62% deles concordaram que a lista é composta a partir do peso eleitoral dos candidatos. Esta foi a 2ª escolha das mulheres (52%), entre as quais o critério mais mencionado (59%) foi também político, porém mais plural: compor uma lista representativa de Estado e município, assim como compor lista considerando os diversos grupos políticos. A crença do que se pode definir como um *pluralismo nos critérios de escolha de candidaturas pelo partido* parece ser mais forte entre mulheres. *Aqui, assim como nas escolhas sobre o processo de construção de chapas, não é de todo infundado sugerir que há uma percepção mais pragmática entre os homens e mais formal entre as mulheres, o que, provavelmente, ocorre pela maior inserção, tempo de vida partidária, tempo de militância, entre outros aspectos.*

Embora a literatura aponte[13] para a ausência de apoio partidário às mulheres nas campanhas, é interessante notar que a percepção desse grupo de entrevistados – homens e mulheres – sobre essa relação durante o período eleitoral é inversa ao esperado. Homens tenderam a avaliar de forma bem mais negativa do que mulheres o apoio prestado; ou tenderam a demonstrar autonomia do partido em suas estratégias de campanha. Seis em cada dez mulheres consideraram que predominou "boa convivência e apoio necessários" durante e para a campanha. Pouco mais de 1/3 dos homens escolheu esta opção. Por outro lado, praticamente o dobro de homens, em comparação com as mulheres, respondeu ter uma atuação/ campanha independente do partido.

O partido surge como importante veículo e referência de campanha, mas *mulheres demonstraram menor descontentamento na relação com estas organizações; e homens apontam para maior independência e outras possíveis redes de apoio*. Como ler esses dados diante do que se tem encontrado na literatura? Parece pouco provável que efetivamente as mulheres, em geral, tenham recebido maior atenção e disponibilidade de apoio do que os homens. Assim, primeiro, é necessária uma verificação empírica mais efetiva sobre o que e como recursos, participações e escolhas foram feitos e mediados entre partidos e candidatos. Sobre isso, cabe assinalar que, em estudo exploratório anterior (ARAÚJO, 1999), no qual se pedia para os candidatos (de ambos os sexos) indicarem o que obtiveram dos partidos, já foram encontradas diferenças muito pequenas por sexo entre os tipos de recursos distribuídos. *Estas diferenças eram maiores entre candidatos com e sem chances eleitorais do que entre os sexos*.

Mais de oito em cada dez entrevistados não têm conhecimento dos critérios de distribuição partidária dos recursos para os candidatos. Isto sugere um processo centralizado em torno da direção partidária. Entre os que disseram conhecer, a maior parte acredita que os recursos vão mesmo para os candidatos que possuem mais chances de se elegerem. E, neste caso, homens e mulheres compartilham da mesma percepção.

A avaliação quanto aos recursos obtidos via partido é extremamente negativa para ambos os sexos, em maior proporção para os homens: 80% deles avaliaram que tais recursos ficaram abaixo do esperado e apenas 15% consideraram ter sido dentro do esperado. Entre as mulheres, esses

[13] Muitas vezes com base em pesquisas com parlamentares ou dirigentes partidários. Nesta pesquisa, artigo sobre os gastos de campanha aponta para um possível *gap* na ajuda financeira efetivamente dada às mulheres e aos homens

números melhoram um pouco: 61% e 28% avaliaram, respectivamente, abaixo e dentro do esperado.

O baixo índice de conhecimento na distribuição dos recursos partidários mostrou-se também em relação aos critérios para a distribuição do tempo do HGPE. Menos de 1/3 dos entrevistados tem conhecimento dos critérios do partido para distribuição do tempo. Mais uma vez, a percepção sobre o conhecimento do processo é maior entre as mulheres (40% contra 25% dos homens). Observou-se novamente que, entre os eleitos, há uma inversão: a maior parte informou ter conhecimento dos critérios da distribuição de tempo.

Estratégias eleitorais e consistência de campanha[14]

Quais os recursos, individuais e coletivos, que os candidatos portam antes ou que são acionados no momento das campanhas? E qual a avaliação que fazem dos mesmos? O intuito aqui foi identificar, por meio de variáveis definidas nesta pesquisa, o que se obtém no *momento da campanha e o que pode ou não oferecer maiores chances eleitorais.* Com isso, pretendeu-se explorar e refletir se as campanhas tinham consistência; quem estava, de fato, no grupo dos competidores efetivos e em que circunstâncias teriam caráter mais formal.

Menos da metade dos entrevistados fez algum curso de liderança política.[15] Um pouco mais de mulheres (52%) do que de homens (50%) já tinham um curso preparatório. A maioria não realizou esse tipo de curso antes da primeira disputa eleitoral. Entre os eleitos, uma parte muito pequena respondeu ter feito algum curso dessa natureza.

Apenas um terço dos entrevistados respondeu afirmativamente à pergunta sobre percepção de ter sentido resistência à campanha em geral.[16] Mas esta percepção, quando observada com mais detalhes, tende a ser bem reveladora: mais mulheres (39%) do que homens (30%) informaram

---

[14] Ao tentarmos captar indícios do que poderia ser uma campanha mais consistente, menos consistente ou mesmo apenas formal e como isto é mediado pelo gênero, não desconhecemos dois aspectos: i) os próprios indicadores de consistência, ainda que baseados em aspectos discutidos na literatura, foram criados pelos pesquisadores e são limitados por dimensões que fogem a instrumentos de controle num tipo de pesquisa como esta; ii) essa consistência também varia de acordo com os contextos nos quais ocorre a campanha e os perfis do candidato. Por exemplo, o indicador "aparecer no HGPE" é quase um consenso de importância na literatura, contudo, se um candidato tiver como base eleitoral um município ou uma região mais concentrada, essa variável pode ter pequena ou nenhuma importância.

[15] A pergunta não especificava se era curso dirigido à política partidária, mas curso de formação de liderança política.

[16] Lembrar que a pergunta no bloco anterior referia-se à resistência no interior do partido.

tal sentimento. Entre aqueles que responderam afirmativamente, a origem mais mencionada da resistência esteve localizada nos próprios membros do partido. *Entre as mulheres, a menção da resistência dos familiares e, em seguida, dos amigos é expressiva no âmbito desse pequeno universo e, juntas, ultrapassam a menção à resistência partidária. A proporção dos que afirmaram sentir resistência é menor entre os eleitos.*

Quase metade dos candidatos considerou o apoio geral obtido abaixo do esperado. Em geral, há uma percepção mais positiva (apoio esperado ou acima do esperado) das mulheres (55%) do que dos homens (50%). Os *apoios institucionais* parecem ser mais frequentes do que os *pessoais.* Em relação aos primeiros, Igreja foi o tipo de apoio mais mencionado por todos, seguido, na mesma intensidade, por associação de bairros, ONGs e sindicatos. Entre os homens, o apoio de sindicatos foi mais mencionado do que entre as mulheres. Entre estas, depois da Igreja, as associações de bairro foram as organizações mais mencionadas. Um em cada cinco entrevistados respondeu não ter recebido nenhum desses tipos de apoio, o que se repete entre homens e mulheres. No pequeno universo dos que se elegeram, pela ordem, as associações de bairros, a Igreja e o sindicato, empatado com as ONGs e as fundações, foram os apoios mais mencionados. Ou seja, *instituições e associativismo tendem a se constituir em bases importantes para a viabilidade eleitoral*.

Saindo do plano institucional, verificou-se que o apoio de *familiares e parentes* é o mais citado por ambos, mas bem mais pelas mulheres. Para ambos os sexos, mas em proporção maior para as mulheres, este se viabilizou, sobretudo, por meio de participação em comitês e no corpo a corpo. Ambos mencionaram, em segundo lugar, a construção de redes virtuais, mas mais mulheres do que homens o fizeram, aspecto a ser investigado, já que em artigo sobre *blogs*, nesta coletânea, os homens utilizavam mais este recurso.[17] A referência à ajuda financeira ocupou o 3º lugar, também ligeiramente mais elevada entre as mulheres. O volume e o tipo de recursos dessa ajuda financeira, contudo, são os aspectos reveladores. Como será mostrado adiante e também pode ser visto de forma detalhada em artigo nesta coletânea,[18] há um *gap* por sexo e um diferencial de origens de recursos nesse tipo de arrecadação, que são claramente favoráveis aos homens. O corpo-a-corpo foi o meio mais mencionado por ambos os sexos para a transmissão

[17] Ver artigo de Machado.
[18] Sachett e Speck.

das mensagens e propostas, porém foi recurso considerado bem mais importante pelas mulheres do que pelos homens. Estes, mais do que as mulheres, mencionaram instrumentos menos pessoais, tais como carro de som, mídia e o HGPE. Na linha de comparação aqui seguida, entre os eleitos os tipos de instrumentos mais citados estão mais próximos dos perfis masculinos mencionados anteriormente. Para as *mulheres, a estratégia mais importante para passar a mensagem é o contato corpo-a-corpo,* seguido pelo HGPE, enquanto, para os *homens, são o material impresso, o contato virtual e as redes de apoiadores*.[19]

As informações mediadas pela percepção dos entrevistados tenderam a ser bem semelhantes às captadas via gravações do HGPE. [20] *Em ambas, o gap de gênero é expressivo*. No total, 20% dos entrevistados disseram não ter aparecido no Horário Eleitoral. Entre os homens foram 14% e, entre as mulheres, 53%. De igual modo, na distribuição por tempo de exposição, os homens apareceram nas faixas mais altas em maior proporção do que as mulheres: 26% dos homens e 18% das mulheres disseram ter aparecido dez vezes ou mais no HGPE.

Quatro em cada cinco entrevistados se dedicaram integralmente à campanha, com uma proporção de mulheres (83%) superior à de homens (77%). Uma leitura possível relaciona-se com o perfil de quem respondeu e o impacto familiar sobre a dedicação de tempo: entre aqueles que informaram ter filhos, observou-se uma redução no percentual de dedicação integral (74%).

Verificaram-se, também, possíveis relações entre expectativas e frustrações dos candidatos, segundo sua situação de eleição. Entre aqueles que *não se elegeram*, constatou-se uma expressiva disposição de voltar a se candidatar: 90% dos homens e 77% das mulheres. As respostas de acordo com o sexo dos entrevistados são mais uma vez emblemáticas desse diferencial de disposições e posições no campo eleitoral.[21] Ou seja, há 13% a mais de homens dispostos a seguir com experiências eleitorais.

A falta de dinheiro foi o fator mais indicado por ambos os sexos para não tentar futuras eleições,[22] seguida pela falta de apoio do partido,

---

[19] Referência à pergunta 95.

[20] O acompanhamento e contagem das aparições do HGPE no âmbito dos 14 Estados que estão sendo aqui analisados.

[21] Tomando aqui emprestados os termos de Bourdieu.

[22] Aspecto que corrobora o peso decisivo do fator financeiro, demonstrado a seguir neste artigo e em Speck e Sachett, nesta coletânea.

que foi mais mencionada pelas mulheres. Em terceiro lugar, foi citada a ausência de oportunidade de exposição na mídia. As questões financeiras e partidárias foram ainda mais percebidas entre os candidatos de partidos menores.[23]

Já *entre os eleitos*, buscou-se captar suas percepções sobre os fatores decisivos para que o resultado final fosse bem-sucedido. O *apoio do partido foi o principal fator apontado*, sendo bem mais expressivo entre os homens (sete em cada dez) do que entre as mulheres (cinco em cada dez). Campanha considerada de sucesso e ampla exposição de mídia vieram em seguida. Em respostas anteriores, manifestações de *descontentamento* e de *independência* em relação aos partidos foram expressivas, sobretudo da parte dos homens. Mas neste caso, as mulheres mencionaram o apoio do partido como o primeiro fator, assim como os eleitos.

Familismo, gênero e política

Qual o peso e a influência que a família e as relações familiares têm sobre as carreiras políticas e as chances de elegibilidade dos candidatos? Em que medida a esfera da vida privada interfere como impulso ou contenção para a política? E em que medida isto é perpassado pelo gênero? Para efeito de análise, foram consideradas algumas questões já apresentadas em itens anteriores, na sua relação com outro conjunto de perguntas ainda não discutido.[24]

Como mostrado, mais homens do que mulheres têm parentes que foram políticos. Isto ocorre também entre os eleitos. Nos aspectos da trajetória pessoal, já discutidos anteriormente, ter familiares políticos ficou em 4º lugar entre os homens, ao passo que, entre as mulheres, sua frequência ocupou o 7º lugar.

Em se tratando de apoios individuais, as principais menções, entre os que responderam ter recebido apoio de outras pessoas, foram os familiares e parentes. Para aqueles que indicaram sentir *resistência à candidatura*, o traço de gênero se mostrou expressivo, ainda que num

[23] As razões para a derrota eleitoral envolvem a percepção do próprio informante e esta pode ser mediada por aspectos subjetivos, impossíveis de serem captados neste tipo de investigação. De todo modo, são as respostas oferecidas e as escolhas mais assinaladas que se pretende apresentar.

[24] Algumas são mais representativas porque são excludentes ou “ranqueadas” e envolvem toda a amostra, ao passo que outras são derivadas de uma alternativa anteriormente escolhida e, portanto, de universos muito pequenos que podem servir como indicativos para novas perguntas de investigação.

universo pequeno. Quase ¼ das mulheres mencionou *familiares e parentes como principais agentes da resistência* às campanhas. Entre os homens, tais respostas não chegaram a um décimo. O fato de, neste tópico, as menções femininas serem sistematicamente mais elevadas merece uma reflexão mais acurada.

A indicação de resistência da família à candidatura é, aparentemente, contraditória, já que, paralelamente, a família surge como a principal base de apoio fora do âmbito do partido*.* Três em cada cinco entrevistados (63%) receberam apoio integral dos familiares. Contudo, é mais uma vez emblemático que o percentual de apoio recebido integralmente pelos familiares seja ligeiramente maior entre os homens (65%) do que entre as mulheres (57%). Em contrapartida, 17% das mulheres informaram que enfrentaram resistências por parte dos familiares, enquanto apenas 4% dos homens mencionaram tal situação. *O cônjuge surge como o familiar que mais interfere negativamente no apoio dado ao candidato*, seguido pelos filhos. No universo minoritário dos que informaram ter sofrido resistência explícita, *são os maridos que resistem bem mais do que as esposas*. O traço de gênero é também perceptível nas distinções das razões para a resistência: sete em cada dez mulheres escolheram a opção "perda de tempo para a família" como possível razão, enquanto apenas dois em cada dez homens fizeram esta escolha. E a maior parte dos homens atribuiu o motivo da resistência familiar à avaliação de falta de recursos financeiros*.*

Um grande contingente da amostra concorda que a vida familiar e as responsabilidades domésticas impedem uma maior dedicação à política. Mas é surpreendente que o peso maior como fator impeditivo para a dedicação à política surja mais da parte dos homens (53,4%) do que das mulheres (45,8%). Trata-se de uma percepção que tanto pode ser interpretada como um empecilho concreto, de tempo ou veto, como um peso dado por cobranças familiares. Assim, há que se considerar a hipótese de que a natureza do empecilho possa ser pensada de forma diferenciada para homens e mulheres, dependendo do lugar de onde se observa. Enquanto os homens podem ter em mente algo mais próximo de uma percepção *em relação ao outro e não a si próprio (o outro como sua esposa, por exemplo),* pode-se pensar que as mulheres, de alguma forma, estão falando de si próprias e de suas experiências. *E isto, de certa forma, sugere que as mulheres que vivenciam a experiência da vida política não a percebem com essa intensidade negativa que às vezes se supõe.*

Para quem e sobre o que falam as mulheres? A natureza da representação e os sentidos das propostas

As perguntas selecionadas neste bloco tiveram por intuito tentar captar as principais concepções sobre a natureza e o sentido da *representação* e como tais concepções se expressam nas propostas de campanha de candidatos e candidatas. Sabe-se que o problema da representação envolve questões polêmicas e complexas e sobre as quais não existe muito consenso político e acadêmico. Ao mesmo tempo, parte do debate sobre razões para defesa de ações afirmativas para as mulheres, particularmente sobre cotas e paridade, se sustenta em justificativas que acionam, de algum modo, as dimensões substantivas e simbólicas da representação. O exame da literatura, seja de cunho mais teórico ou empírico, indica certa lógica *essencialista* em muitas das razões aventadas para as mulheres estarem mais representadas no Parlamento (SKJEIE, 2000). Nesta pesquisa, procurou-se identificar o que pensam os entrevistados em relação a essas questões. Em seguida, tentou-se articular suas respostas com as outras dimensões analisadas.[25]

Entre os entrevistados, tende a prevalecer uma percepção mais universal da representação, assim como predomina uma concepção mais próxima da *política de ideias* do que da *política de presença*.[26] Isto porque, na ordem de escolhas sobre o que acredita que representaria na Câmara, a primeira opção das mulheres foi a representação de ideias, de interesses e povo em geral (70%), assim como a dos homens (76%). Mas, enquanto mulheres escolheram como segunda opção *grupos de pessoas* – idosos, jovens, entre outros (66%), os homens indicaram *grupos de interesses* – trabalhadores, grupos empresariais (51%). Há certo equilíbrio entre os papéis de *representação de leis*, em primeiro lugar, seguido por *fiscalização* e, por fim, *representação dos interesses do grupo* ao qual o candidato está vinculado. Um pouco mais de homens em comparação com as mulheres mencionaram a representação de grupos de interesse, mas, para ambos, este tipo de representação não surge como tema central.[27]

---

[25] Lembrando sempre que muitas das questões são de múltipla escolha.

[26] A formulação de *política de ideias* e de *política de presença* é de Phillips (1995) e tem servido como importante referência para a literatura. *Política de ideias* baseia-se mais nas propostas do representante, ou seja, *o que* o representante representa, ao passo que *política de presença* tem como importante referência as características, ou seja, *quem* é o representante.

[27] Cabe destacar que pesquisas anteriores identificaram uma elevada proporção de ações femininas no Congresso no âmbito da legislação, ou seja, apresentação de leis. Ver, por exemplo, Miguel e Biroli (2010).

Confirmando outras pesquisas, entre as mulheres, saúde e educação são os temas que vêm em primeiro lugar e com igual peso, seguidos, com elevada distância, de direitos das mulheres e qualificação profissional. Entre os homens, a questão do emprego ocupa lugar destacado, seguida por temas ligados a desenvolvimento e infraestrutura, seguridade social, meio ambiente e defesa dos idosos. Chama atenção, particularmente, a pequena ênfase dada pelas candidatas à questão do *emprego*, sobretudo se considerado o fato de que os maiores índices de desemprego estão entre as mulheres. Nota-se que a agenda masculina se distribui mais num número maior de tópicos e mais diversificados, englobando temas de economia, infraestrutura, políticas sociais e agenda política.

Mulheres na política e estratégias de ingresso: opiniões e informações

Aqui são apresentadas perguntas que dão prosseguimento ao item anterior, agora mais dirigidas para as mulheres como atrizes políticas. Os focos foram: percepções de gênero existentes entre os candidatos quanto ao campo da política; opiniões dos candidatos sobre as possíveis diferenças de estilos; e posições e avaliações sobre iniciativas e estratégias destinadas a ampliar o ingresso de mulheres na política. Um aspecto privilegiado foi a adoção de cotas para candidaturas, especialmente porque, nas eleições de 2010, a nova Lei de Cotas foi adotada. Interessava, portanto, comparar as informações com a Lei anterior e saber como a mais recente foi recebida, percebida e usada pelos candidatos e partidos.

Mais da metade dos entrevistados conhecia a Lei de Cotas estabelecida em 2007 (70%), não havendo diferenças significativas no conhecimento entre homens e mulheres, embora os percentuais sejam ligeiramente mais elevados para as mulheres. Os candidatos dos partidos pequenos são os que menos conhecem a Lei e os dos partidos grandes são os que mais conhecem. Praticamente seis em cada dez entrevistados não tinham conhecimento da sua versão recente, ou seja, a aprovada em 2009. O desconhecimento é maior entre os homens, mais novos, menos escolarizados e membros de partidos com menor representação parlamentar. Apenas dois em cada dez candidatos dos partidos pequenos conheciam a nova Lei. Para quem não conhecia, após estímulo da pergunta, mais de sete em cada dez entrevistados mencionaram ter conhecimento, mas foram principalmente as mulheres que responderam positivamente. *Em geral, há uma avaliação positiva da*

maior parte dos candidatos em relação à existência das cotas. A maioria das mulheres respondeu que a Lei de Cota foi motivo de debate na nomeação das candidaturas no interior dos partidos. Assim como em outras pesquisas, também constatou-se que a maioria das mulheres não considera que sua candidatura tenha relação com a Lei, embora o universo dos que responderam afirmativamente não seja desprezível.

Parece existir um grau razoável de disseminação de ações afirmativas nos partidos, já que praticamente metade dos entrevistados fez essa referência. Tais políticas foram mais confirmadas para jovens, negros e mulheres. A maioria vê essas políticas de forma positiva, principalmente as mulheres e os mais jovens. As razões estão associadas com a opção de *favorecer o debate sobre questões de gênero e a sub-representação feminina no partido*. Para a maior parte dos entrevistados, o partido tem histórico, organização ou militância de mulheres. Os que mais percebem ações dessa natureza são as mulheres e os candidatos dos partidos com maior representação legislativa. Cursos de formação e políticas de ação afirmativa foram relatados por um numero razoável, porém não parecem guardar relação com quem se elege ou de fato disputa, ou seja, essas formas de investimento tenderiam a ser secundárias.

Para a maior parte dos entrevistados (70% de mulheres e 73% de homens), não existem diferenças de tratamento para homens ou mulheres, na conduta ou nas práticas no interior da estrutura partidária. Para ambos os sexos, há uma percepção maior de diferença no tratamento *de acordo com a renda e o poder econômico dos membros do partido*. Contudo, no que se refere a *estilos de fazer política*, homens e mulheres discordam bastante: 76% das mulheres concordaram em parte ou completamente que há diferenças e só 4,5% indicaram que estas não existem, enquanto apenas 38% dos homens concordaram que haja estilos diferenciados de política de acordo com o sexo. A diferença no *foco de interesse político* foi mais apontada por homens (41%) do que por mulheres (39%).

Predominou a percepção de que as dificuldades para conseguir financiamento de campanha são iguais para ambos os sexos, mas essa opinião foi mais forte entre os homens (67%) do que entre as mulheres (61%). Entretanto, o percentual de candidatas que avaliaram ser isto mais difícil para as mulheres não pode ser desprezado (34%). Quando considerados os dados de financiamentos declarados e analisados no âmbito do Consórcio, constatam-se claramente as diferenças entre

a percepção aqui identificada e as práticas efetivas.[28] Os dados do TSE mostrados a seguir indicam diferenciais no volume e nos tipos de financiamento de acordo com o sexo que permitem falar de maiores dificuldades para as mulheres.

Candidatos e candidatas tenderam a não acreditar que as mulheres possam ser favorecidas por sua condição de sexo. Contudo, é emblemático que, entre aqueles que acreditam nesta possibilidade, se apresentem percepções de gênero distintas de acordo com o sexo. Os tipos prevalecentes de *diferenças que beneficiariam as mulheres* mais citados pelos homens estão associados a uma moralidade na política e à imagem de pureza feminina: *"honestidade"* e "*serem menos corruptas*", seguidos por *sensibilidade* e *sentimentalismo*. Já as mulheres parecem se identificar com aspectos que afirmem suas capacidades como políticas, ressaltando as opções de *agressividade* e *combatividade*.

Os *principais obstáculos para maior igualdade na política*, mencionados por todos os candidatos, mas bem mais pelas candidatas, foram, por ordem de citações: *preconceito contra as mulheres em geral*; *mulheres são menos atuantes que os homens*; *gap* entre avanços no mercado de trabalho e na política; e *responsabilidades familiares implicando redução de tempo para a família*.

Análise de *cluster*

Um registro a ser feito sobre os dados apresentados é a maior proximidade entre as características encontradas entre os eleitos, independentemente de seu sexo, e as características ou recorrências positivamente associadas aos homens. Contudo, como mencionado no início deste estudo, a fim de obter maior consistência analítica, decidiu-se explorar esta e outras associações com base num modelo analítico de *cluster*, que permitiria encontrar ou não proximidades e confirmar a análise.

Visando classificar os candidatos quanto ao perfil e à trajetória política, empregou-se a técnica de análise de agrupamentos ou de *clusters*. Segundo Hair (1998), este tipo de análise é um conjunto de técnicas estatísticas, cujo objetivo é agrupar objetos. No presente estudo, estão sendo agrupados candidatos, segundo um conjunto de variáveis, para formar grupos ou *clusters* homogêneos. Os candidatos (objetos) em cada *cluster* tendem a ser semelhantes entre si, e diferentes dos demais que

[28] Isto pode ser visto no item seguinte, assim como nos trabalhos de Sachett e Speck, nesta coletânea.

compõem os outros *clusters*. Esses *clusters* devem apresentar tanto uma homogeneidade interna, como uma heterogeneidade entre eles.[29]

Segundo Malhotra (2001), existem dois tipos de procedimentos de aglomeração: hierárquico e não-hierárquico. O primeiro caracteriza-se pela construção de uma hierarquia ou estrutura em forma de árvore, podendo ser aglomerativo ou divisivo. Já o procedimento não-hierárquico, também chamado de *K-means clustering*, determina os centros dos *clusters* e, em seguida, agrupa todos os candidatos em um número preestabelecido de *clusters*, segundo uma distância desse centro. Neste estudo, utilizam-se os dois processos de aglomeração. Inicia-se com o procedimento hierárquico, por meio do método de Ward,[30] que possibilita visualizar os *clusters* em uma estrutura conhecida como dendograma[31] (Anexo 3). A partir do dendograma, pode-se decidir sobre o número de *clusters*. No caso do presente trabalho, pode-se verificar a existência de três *clusters*. Em um segundo momento, após a definição do número de *clusters*, utiliza-se o procedimento não-hierárquico (*K-means*) para melhor definir os *clusters*, seguindo os passos propostos por Hair (1998) e Romesburg (1990). Neste procedimento, são definidos os centros dos *clusters* e em qual cada candidato pertencerá, conforme visto no dendograma (Anexo 3). Os participantes agrupados em cada um dos aglomerados mostraram distintas trajetórias pessoais e políticas (Tabela 1).

Já tendo definido os *clusters* e os candidatos que compõem cada um deles por meio do procedimento *K-means*, pode-se interpretar o perfil desses *clusters*. Detalhando cada um, têm-se as seguintes características:

- ***cluster* 1**: agrupa os “iniciantes na política”, por predominar os mais jovens (55,9% com 18 a 39 anos), de partidos pequenos (54,1%), com pouco tempo na política (49,1% com menos de dez anos na política), com poucos recursos para a campanha (nenhum

[29] Como o objetivo da análise de *cluster* é agrupar candidatos semelhantes, é necessária uma medida da distância entre os mesmos. Os candidatos com menor distância entre si são mais semelhantes, logo estarão em um mesmo *cluster*. Já os mais distantes compõem *clusters* distintos. Existem diferentes maneiras de medir a distância entre os candidatos, como, por exemplo, o coeficiente de correlação, porém, a mais utilizada é a distância euclidiana entre os pontos, que é um tipo de coeficiente de dissimilaridade.

[30] Este é um método de variância, derivado de um processo hierárquico e aglomerativo. No método de Ward, os *clusters* são gerados de tal maneira a minimizar a variância dentro do *cluster*, com o objetivo de minimizar o quadrado da distância euclidiana às médias dos *clusters*. Neste procedimento aglomerativo, cada candidato tem início em um *cluster* separado. Em seguida, os *clusters* são formados agrupando os candidatos em *clusters* cada vez maiores.

[31] O dendograma é um gráfico hierárquico que deve ser lido da esquerda para a direita, em que as linhas verticais representam os *clusters* unidos e as horizontais a distância euclidiana entre os mesmos.

Tabela 1
Frequência e porcentagem dos participantes nos *clusters*, segundo variáveis

Variáveis		Cluster 1		Cluster 2		Cluster 3	
		Freq.	%	Freq.	%	Freq.	%
Resultado da eleição	Eleitos	0	0,0	0	0,0	254	38,5
	Não eleitos	1.156	100,0	1.236	100,0	406	61,5
Sexo	Homens	1.007	87,1	869	70,3	606	91,8
	Mulheres	149	12,9	367	29,7	54	8,2
Faixa etária	18 a 39 anos	646	55,9	432	35,0	73	11,1
	40 a 49 anos	185	16,0	287	23,2	151	22,9
	50 a 59 anos	202	17,5	317	25,6	92	13,9
	60 anos ou mais	123	10,6	200	16,2	344	52,1
Estado civil	Solteiro(a)	427	36,9	564	45,6	124	18,8
	Casado(a)/comp.(a)	525	45,4	352	28,5	194	29,4
	Outros	204	17,6	320	25,9	342	51,8
Posição	Político – deputado federal	0	0,0	0	0,0	13	2,0
	Político – outros cargos políticos	33	2,9	104	8,4	416	63,0
	Outras atividades	1.123	97,1	1.132	91,6	231	35,0
Tamanho do partido	Partidos grandes	165	14,3	454	36,7	323	48,9
	Partidos médios	366	31,7	236	19,1	11	1,7
	Partidos pequenos	625	54,1	546	44,2	326	49,4
Tempo de filiação ao partido	Até 2 anos	545	47,1	238	19,3	374	56,7
	De 2 a 5 anos	213	18,4	311	25,2	27	4,1
	Mais de 5 anos	398	34,4	687	55,6	259	39,2
Motivos políticos que levaram a se lançar como candidato/a	Militância e vontade própria	351	30,4	736	59,5	411	62,3
	Convite do partido	61	5,3	217	17,6	47	7,1
	Participação em organização e/ou proposta de movimentos sociais	530	45,8	89	7,2	7	1,1
	Proposta/motivação familiar	104	9,0	72	5,8	27	4,1
	Já ser ou ter sido parlamentar	18	1,6	33	2,7	158	23,9
	Outras	92	8,0	89	7,2	10	1,5
Aspectos da trajetória pessoal	Representatividade eleitoral ou partidária	173	15,0	192	15,5	165	25,0
	Experiência ou representatividade pública	31	2,7	713	57,7	54	8,2
	Vínculos associativos	803	69,5	317	25,6	60	9,1
	Vínculos familiares	59	5,1	2	0,2	6	0,9
	Motivações ideológicas	0	0,0	0	0,0	311	47,1
	Outros	0	0,0	0	0,0	47	7,1
	NS/NR	90	7,8	12	1,0	17	2,6
Tempo de política partidária	Até 2 anos	76	6,6	68	5,5	21	3,2
	3 a 4 anos	438	37,9	109	8,8	38	5,8
	5 a 9 anos	54	4,7	119	9,6	78	11,8
	Mais de 10 anos	588	50,9	940	76,1	523	79,2
Receita declarada da campanha	Mais de R$ 1.000.000	0	0,0	2	0,2	149	22,6
	R$ 100.000 a R$ 1.000.000	238	20,6	118	9,5	120	18,2
	Até R$ 100.000	918	79,4	1.116	90,3	391	59,2

Fonte: Pesquisa sobre a Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.

candidato com receita declarada acima de R$ 1 milhão), com vínculos associativos na trajetória pessoal (69,5%) e cujo motivo para se lançar a candidato era a participação em organização e/ou movimentos sociais (45,8%);

- ***cluster* 2**: é o maior grupo e agrega “homens e mulheres não eleitos”. Quando comparado aos outros dois *clusters*, este grupo possui uma representatividade maior de mulheres (29,7%), é formado por solteiros (45,6%), com mais de cinco anos no partido (55,6%), mais de dez anos na política partidária (76,1%), baixos recursos para a campanha (90,3% com até R$ 100 mil) e representatividade pública na trajetória pessoal (57,7%);
- ***cluster* 3**: constitui o menor grupo e engloba os “potenciais eleitos”, onde estão todos os candidatos eleitos. Este *cluster* é formado por maioria de homens (91,8%), mais velhos (52,1% com mais de 60 anos), com mais de dez anos na política (79,2%), com todos os candidatos à reeleição entrevistados na pesquisa, tendo como motivação se lançar candidato à militância e já ser ou ter sido parlamentar (62,3% e 23,9%, respectivamente) e com mais receita para a campanha (22,6% com mais de R$ 1 milhão).

Análise dos resultados

Embora as respostas dos entrevistados e as recorrências encontradas não possam ser objeto de generalização, elas apontam e sugerem padrões. Alguns já são comprovados, ao passo que outros surgem como indicativos para investigações posteriores. A *análise de cluster*, por sua vez, ajudou a identificar de forma mais precisa as proximidades desses perfis, trajetórias e potencialidades de elegíveis.

Liderança pessoal, associativismo, vida pública e envolvimento com grupos de interesse tenderam a ser relevantes e podem ser associados com padrões de ingresso. Coerente com o peso da religião no país, o apoio da Igreja surge como um dos mais importantes. Redes de apoio são veículos relevantes para propagação das campanhas, mas as redes institucionais impessoais são mais mencionadas pelos homens, ao passo que as sociais o foram pelas mulheres. Cargos e trajetórias públicas, assim como bases locais, constituem outras formas que surgem como importantes canais formadores de capitais prévios para as candidaturas. A ocupação de espaços públicos associados com o exercício de alguma forma de poder parece, portanto, ser um traço de gênero que interage com estímulos e

disposições para a disputa eleitoral e, tudo indica, aumenta o potencial de elegibilidade. Pode-se, portanto, falar que trajetórias de experiências públicas constituem recursos não-financeiros, sendo que os homens tendem sistematicamente a deter mais tais recursos do que as mulheres. Histórico de familiares na política pode favorecer mais quem ingressa e disputa um cargo político, mas tais históricos estão menos presentes entre as mulheres. Ter familiares políticos ficou em 4º lugar entre os homens, ao passo que entre as mulheres sua frequência ocupou o 7º lugar. Este item pode ser um indicativo de como o parentesco pode operar como um capital político positivo para recrutamento e ingresso. Por outro lado, cabe pensar na possibilidade de que a família venha se enfraquecendo como canal de ingresso político à medida que o país se institucionaliza, hipótese a ser bem mais explorada na análise das trajetórias de ingresso.

Questões decisivas da engenharia eleitoral não são conhecidas pela maior parte dos entrevistados, mas entre os eleitos são bem conhecidas. Mas os dados corroboram a já comprovada maior familiaridade masculina com os partidos. Há uma diferença interessante entre as respostas por sexo que remete a percepções distintas dos caminhos e meandros por onde se constroem o recrutamento e a engenharia eleitoral. As principais menções sobre os processos de tomada de decisões sobre formação de chapas partidárias e de candidaturas eleitorais revelam uma diferença entre a percepção de homens e mulheres. *Homens percebem mais pragmaticamente esses processos, ao passo que as mulheres tendem a uma compreensão mais formal,* sugerindo um conhecimento menor e, portanto, mais idealizado dos meandros e da engenharia política. O domínio da engenharia eleitoral e a inserção na tomada de decisões podem ser importantes, também, diante da diversidade de respostas que não apontam para um tipo específico de recrutamento, mas sim sugerem a importância de vários caminhos e contextos. De outro modo, pode-se falar de um *domínio aparente e um domínio efetivo, associados à natureza mais ou menos formal ou pragmática do processo*: *mulheres parecem ter um domínio mais aparente e homens um domínio mais efetivo dos caminhos do recrutamento.*

Considerando achados anteriores da literatura, bem como o conjunto de respostas desta pesquisa, é possível sugerir que *ser dirigente partidário pode constituir um importante estímulo e base para a disputa eleitoral.*[32] Homens e mulheres revelaram padrões de satisfação ou insatisfação parecidos, mas mulheres se mostraram mais satisfeitas com o apoio do

[32] Entre os 19 eleitos da base de dados sem expansão, 16 ocupavam cargos no partido.

partido, informação surpreendente e que contraria muitas percepções sobre essa relação. Uma possibilidade a ser considerada é que *tais respostas dadas pelas mulheres, mais do que apoio, revelariam, de fato, uma baixa expectativa em relação à sua própria candidatura: seja por desconhecimento da engenharia efetiva, que é necessária para uma campanha com alguma chance, seja porque parte destas candidaturas não tinha um intuito de competir, de fato, o apoio recebido por mulheres adquiriria uma dimensão simbólica, talvez maior do que o seu peso real.* Questão a ser mais bem investigada.

Os partidos mais institucionalizados (em geral os maiores) são os que oferecem bases mais consistentes de campanha. Informação de certa forma coerente com dados encontrados por Araújo e Alves (2007; 2011). Os menores surgem como os menos formalizados, mais precários e também com listas mais "pró-forma". Já os médios seriam aqueles dos candidatos que, de fato, estariam tentando ingressar sem muitos recursos e capitais, mas com maior disposição para competir. Os partidos médios surgem como relevantes para futuros estudos, porque parecem apresentar maiores pontos de tensão, domínio dos candidatos e de maior insatisfação. Ou seja, enquanto nos partidos grandes, assim como nos pequenos, quem efetivamente se elege já pressupõe vários filtros, os médios poderiam expressar um contingente diferenciado, de candidatos mais efetivos e dispostos a concorrer, porém sem muitos vínculos tradicionais e recursos.

Considerando-se que a resposta ao motivo de lançamento da candidatura como convite do partido é bem maior para mulheres, é possível inferir que as cotas tendem a funcionar como entrada para uma parte dessas mulheres. Mas cotas e ações afirmativas surgem como algo mais que residual no recrutamento e, portanto, não é possível concluir que as mesmas joguem papel decisivo, sobretudo na viabilidade da eleição.

Em resumo, o papel dos partidos surge como fundamental nas percepções e expectativas de apoio e estímulo às possíveis candidaturas. Embora muitos digam prescindir dos partidos, este parece operar como decisivo na viabilização eleitoral. *Ou seja, quem será convidado ou aceito para disputar efetivamente tem esta como uma variável importante. Na média, os homens possuem mais tempo de militância partidária do que as mulheres. Desse modo, se a inserção no partido conta, como constatado, as mulheres já sairiam em desvantagens no processo eleitoral.*

No quesito campanhas, redes institucionais de apoio surgem como importantes, sendo que os homens tendem a mencioná-las mais. Da mesma forma, mais recursos financeiros, mais acesso a outros tipos de recursos,

como, por exemplo, o HGPE, e maior apoio partidário são itens mais constantemente mencionados por candidatos do sexo masculino. E talvez porque disponham de menos recursos para outros tipos de campanha, certo padrão mais pessoal e menos institucional se mostrou mais comum entre as mulheres. Os dados sugerem que estas candidatas dependem mais das redes informais localizadas e do chamado "trabalho de base". Informações sobre a prestação de contas financeiras tenderam a confirmar esta maior informalidade das suas campanhas. Mais informal e financeiramente débil, na média, a campanha de mulheres também tem menos acesso ao HGPE.

Como visto também, *familiares e parentes* são os mais citados por ambos como apoios não-institucionais, mas bem mais pelas mulheres. Pode-se então sugerir que a maior satisfação encontrada da parte das mulheres revelaria, assim, menor expectativa ou desconhecimento ao ingressar na competição, e não de fato maior apoio partidário em comparação com os homens. Dado que os resultados são distintos, é possível pensar em elementos que mediam as situações e interferem nessa percepção: menor experiência das mulheres faz com que exista uma percepção de apoio, provavelmente, superdimensionada. Outra hipótese é que, de fato, as pessoas sejam mais condescendentes, gentis, com as mulheres candidatas, embora isto não venha a se reverter em capitais efetivos considerados estratégicos para ampliar a competitividade eleitoral. Entre as mulheres, recursos mais pessoais, como o corpo-a-corpo, surgem como meios mais usuais de passar a mensagem, ao passo que, entre os homens, os meios mais citados passam por exposições menos pessoais. Parece existirem recursos de mais longo alcance à disposição dos homens, em comparação com as mulheres. A maior parte avalia que o dinheiro foi o fator decisivo para a não eleição e que impediu o seu desenvolvimento. Mas, como será visto a seguir, não se trata só de uma percepção: há *forte interação do dinheiro com as probabilidades de um indivíduo ser eleito.* E o impacto é efetivamente maior sobre as candidatas. Ou seja, há indícios, a serem mais bem explorados em pesquisas futuras, de que mulheres apresentam formas mais pessoais, delimitadas e sociais de apoio, ao passo que homens dispõem de formas mais impessoais, institucionais e abrangentes. Em suma, é possível sugerir que há um diferencial de sexo no que se refere a um padrão mais consistente de campanha.

Existe uma relação dúbia entre família e política para as entrevistadas. A família pode ser considerada um tipo não institucional de rede social e que joga papel neste âmbito, mas, em geral, ainda é um espaço bem mais adverso para as mulheres. Há um conjunto de valores ainda significativos

que associam as mulheres ao “outro”, num mundo dos indivíduos e dos sujeitos. Ainda é forte a imagem de objeto do outro e não sujeito de si, sendo que na família isto tende a aparecer mais, conforme identificado nesta pesquisa. A família e o parentesco parecem operar, simultaneamente, *como estímulo e como contenção de ingresso*, mas estes dois movimentos tendem a ter pesos diferenciados, dependendo do sexo do candidato.[33] Ou seja, por um lado, parece favorecer os homens e, por outro, desfavorecer as mulheres em pontos estratégicos. Alguns indícios desta possibilidade são, por exemplo: maior presença de familiares políticos e em cargos públicos entre os homens; mais menção (embora residual) de estímulo para ingresso na política e para se candidatar para os homens; as menções a apoios pessoais recebidos são mais fortes para mulheres. Três em cada cinco entrevistados disseram ter apoio integral de familiares, mas com maior frequência para os homens. A *resistência de origem familiar é emblemática do que está sendo dito.*

No universo minoritário dos que informaram ter sofrido resistência explícita, *são os maridos que resistem bem mais do que as esposas, vindo em seguida os filhos*. *O traço de gênero é também perceptível nas distinções das razões para a resistência: entre as mulheres, sete em cada dez escolheram a opção “perda de tempo para a família”*. Uma em cada quatro mulheres citou a família como o “agente” da resistência. Mulheres citaram ainda, embora de forma bem residual, a resistência de pai e tio, mas esta resposta esteve ausente entre os homens. Ou seja, é possível sugerir que esses dois movimentos caminham juntos, mas tendem a operar de modo distinto: como elemento mais forte de contenção para as mulheres e de estímulo para os homens. Pode também ser lido como um indicativo dessa ambiguidade o fato de a percepção sobre a conciliação entre vida familiar e política ser menos negativa entre as mulheres. Assim, uma vez experimentada a participação política mais ativa, é provável que elas não acreditem que a política interfira tanto quanto se supõe. Ainda que seja apenas uma “pista”, por ser muito pouco significativo estatisticamente, como futura hipótese de investigação é possível pensar que o espaço pri-

[33] Faz-se necessário considerar o fato de que se está trabalhando com uma amostra limitada em vários sentidos. E um deles talvez tenha impacto direto neste conjunto de dados. Trabalhou-se com 14 Estados e duas regiões com representatividade: Sul e Sudeste. Contudo, como se pode notar na composição dos Estados, as Regiões Nordeste, Norte e Centro-Oeste estão sub-representadas. Ocorre que são exatamente nestas regiões, talvez sobretudo no Nordeste, onde a literatura tem encontrado traços *familistas* mais fortes nas trajetórias, influências e reprodução da representação política via gerações de parentela. Assim, registra-se que as observações, além de parcimoniosas, são também indicadoras de traços identificados para futuras pesquisas.

vado das relações interpessoais se constitui como espaço de "contenção"[34] para as mulheres, ao contrário dos homens. Pode-se acrescentar ainda a impressão de que o pessoal represente o feminino e o impessoal o masculino, como numa reprodução de outros padrões de gênero.

Nesta mesma linha, merece destaque como a presença feminina surge com uma aparência *essencialista* e naturalizada *tanto por meio de sua agenda como nas percepções sobre diferenças de gênero na política.* Não se podem subestimar os impactos sobre a visibilidade e o momento eleitoral. Entre mulheres, os temas, além de mais concentrados nas áreas típicas, são também mais associados com *o cuidado* e a *atenção*. Se as razões para sua presença na política, assim, tenderiam a entrelaçar os focos e agendas prioritários com as características femininas próprias, as razões para a participação dos homens não precisam ser postas ou justificadas, porque têm sido historicamente a expressão ou personificação da Representação. E como "encarnação desta", os temas "estratégicos", "estruturantes" da economia e/ou da política lhes surgem, também, com aparência natural, intrínseca aos "temas masculinos". Aqui, sugere-se, para futuras investigações, a possibilidade do que se definiu como uma *"condensação programática"* na agenda das mulheres, gerando uma espécie de *estreitamento de mercado eleitoral.* Tal estreitamento seria marcado por aspectos que parecem operar desfavoravelmente: *número menor de candidatas; repetição de um mesmo leque de temas e em torno de dimensões pouco valorizadas na política.* Ou, dito de outra forma, *muitas mulheres disputando áreas discursivas idênticas, em geral mais "gastas" politicamente porque genéricas e consideradas menos importantes.* Tratar-se-ia, também, de um discurso já associado a um "senso comum" eleitoral e, portanto, de poucos atrativos.

Um segundo aspecto que a análise permite sugerir é que *o discurso das candidatas tende a falar às mulheres, sobretudo, como mães e como cuidadoras, e menos como sujeitos e indivíduos*. Temas que as interessariam na *condição de cidadãs e indivíduos*, tais como emprego, por exemplo, são pouco tratados. Assim, uma questão a ser mais bem investigada é a de que poderia haver uma "contenção"[35] na agenda das mulheres em torno de determinados temas, tratados e repetidos por todas e de forma exaustiva. Uma hipótese é a de que, ao lado de uma densidade de disputa circulando em torno desses conteúdos, isto poderia gerar um resultado

---

[34] Tomou-se aqui emprestado o termo de Miguel (2009), neste caso para se referir à própria política.
[35] Objeto de investigação sobre outro ângulo por Miguel e Birolli (2008).

de *generalidade* e *banalização temáticas desfavoráveis às mulheres numa campanha eleitoral*.

As associações com papéis distintos e típicos para homens e mulheres, papéis estes que são *ressignificados* na política, ainda são fortes entre os candidatos entrevistados. Da parte das mulheres, o *essencialismo* parece ser ainda forte e bastante arraigado, naturalizando seus lugares como "bons", em contraposição a um mundo político que se apresentaria como problemático. Isto, talvez, constitua uma forma de conferir às mulheres legitimidade na demanda por ingresso. Da parte dos homens, persistem as ideias de "pureza" e de "menor agressividade" entre as mulheres, aspectos que, entretanto, não seriam muito favoráveis à disputa no mundo da política, contaminado por outros valores e dinâmicas. Pode-se indicar que, nesta pesquisa, os homens tendem a ter *uma percepção mais opaca das desigualdades do que as mulheres*, fato natural diante das características das relações de gênero.

Voltar ou não a se candidatar foi um fato considerado pela maioria dos que não se elegeram. Isto, por sua vez, pode ser um indicador de que a maior parte dos candidatos estava realmente disputando, independentemente de seu potencial eleitoral, além de fornecer indícios sobre as estratégias de mais longo prazo: para uma parte desses candidatos, embora sabendo das parcas chances eleitorais, a campanha seria mais uma preparação para futuras eleições, uma forma de se tornarem conhecidos, recurso usado entre candidatos iniciantes. Ao mesmo tempo, como visto, entre os que consideraram esta possibilidade, os homens o fizeram bem mais do que as mulheres. Tendo em vista que se tornar conhecido pode contar, essa autoexclusão das mulheres implicaria desvantagens estratégicas. Entre os que se elegeram, apoio e conhecimento partidário e já ter experiência eleitoral foram aspectos destacados.

Os três *clusters* encontrados ajudam a confirmar características centrais que conformam os perfis e trajetórias daqueles que são potenciais elegíveis. Ao lado dos traços mencionados anteriormente, ficam claras algumas variáveis que podem ser consideradas chave, já testadas em outros estudos e mais uma vez confirmadas aqui. Cabe destacar ainda como algumas características "somem", enquanto outras "surgem" para delinear traços de elegibilidade. É interessante notar como, no *cluster* 1, estão mais presentes variáveis que implicam ou expressam menos capital político: baixos recursos financeiros; pessoas mais jovens e com pouco tempo de política; e – um aspecto importante porém aqui distante de elegibilidade – as motivações coletivas para se candidatar. O *cluster*

2, por sua vez, é aquele em que as mulheres aparecem, mas junto com baixos recursos e motivações pessoais substituindo motivações coletivas. Já no *cluster* 3, que agrega todos os eleitos, estão também os homens, a ocupação de cargos políticos, as motivações de militância, mais tempo de partido e, sobretudo, quem teve mais de R$ 1 milhão na campanha. Ou seja, quando incluída a característica de sexo do candidato, ser homem está associado com já ser ou ter sido parlamentar, estar tentando a reeleição, ter um tempo razoável de atuação política, possuir militância e ter gasto um valor relativamente elevado na campanha eleitoral.

Parte II – Determinantes pessoais e institucionais para o sucesso eleitoral

Já foi visto na parte descritiva que existe um conjunto de fatores e dimensões que apontam para maior ou menor disponibilidade de competir, chances de ser convidado ou apoiado pelo partido e, sobretudo, de elegibilidade. Também observou-se que os traços daqueles que reúnem mais condições de se elegeram, sejam homens ou mulheres, se aproximam mais dos perfis masculinos do que femininos. Isso foi confirmado pela aplicação de um modelo de associação de perfis e características, a maior parte retirada do *survey* e outra de dados do TSE, referentes aos candidatos entrevistados e que declararam rendimento. Agora, nesta parte do trabalho, procura-se verificar em que medida alguns fatores mensuráveis podem ser lidos como significativos para uma eleição no Brasil em geral; se os mesmos fatores se repetem apenas nos 14 Estados onde foi retirada a amostra de entrevistados; e quais as relações e aproximações com os resultados encontrados no *survey*. Com isso, espera-se poder observar se alguns aspectos são de fato relevantes no sucesso e insucesso eleitoral.

Metodologia

Nesta parte, o objetivo é identificar os determinantes para um candidato ser eleito para deputado federal nas eleições de 2010. Utilizaram-se os dados sobre *o perfil dos candidatos, os resultados da eleição*[36] e *receitas de campanha*,[37] disponibilizados pelo TSE, e as informações obtidas a partir

[36] Os dados referentes às características do candidato e os resultados da eleição foram acessados no *site* do TSE em maio de 2011.
[37] Os dados da receita de campanha foram obtidos em <http://estatistica.tse.gov.br:7777/dwtse/f?p=113:10:3558411386426925>, acessado em junho de 2011.

de um levantamento realizado sobre o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE). Essas informações foram obtidas para todos os candidatos aptos[38] a disputarem o cargo de deputado federal, nas eleições de 2010. Desenvolveu-se a análise em dois grupos: para todos os Estados do Brasil e para os 14 que participaram do *survey*.

Na análise empregou-se, como variável dependente, o resultado da eleição para o cargo de deputado federal (eleito e não eleito). A partir dessa variável, é possível encontrar uma *proxy* para a probabilidade de um candidato ser eleito. Considerando o objetivo deste estudo, trabalhou-se com uma regressão logística. O uso desta técnica para ajustar modelos estatísticos permite identificar quais fatores explicativos possibilitam interpretar adequadamente o perfil do grupo com maior risco/probabilidade de ser eleito, utilizando outras variáveis escolhidas a partir de testes de qualidade do ajuste. Tal procedimento permite obter uma medida de como essas variáveis influenciam a probabilidade de um candidato apto ser eleito.

Fatores explicativos e definição do modelo

Selecionou-se, como variável dependente, o resultado das eleições de 2010 para o cargo de deputado federal. As variáveis independentes ou explicativas foram escolhidas no intuito de explicar a probabilidade de o candidato ser eleito, considerando as hipóteses de modelos teóricos discutidos na literatura sobre o tema e as informações disponíveis no TSE. São apresentados, a seguir, os fatores utilizados como variáveis explicativas no modelo de regressão logística. Tais fatores referem-se a características dos candidatos, partidos e de suas campanhas, as quais estão supostamente relacionadas às variáveis encontradas nos níveis da taxa de eleição (Quadro 1).

[38] São considerados candidatos aptos aqueles que obtiveram suas candidaturas deferidas ou deferidas com recurso. Em 2010, no Brasil, computamos 4.860 candidatos aptos concorrendo ao cargo de deputado federal.

Quadro 1
Variáveis explicativas analisadas no Modelo de Regressão Logística para explicar a probabilidade de um candidato apto ser eleito para deputado federal

Variáveis explicativas	Categorias
Sexo	Homens; mulheres.
Escolaridade	Até ensino médio incompleto; ensino médio completo / superior incompleto; ensino superior completo.
Faixa etária	18 a 39 anos; 40 a 49 anos; 50 a 59 anos; 60 anos ou mais.
Estado civil	Casado; solteiro; outro.
Tamanho do partido	Pequeno; médio; grande.
Posição do candidato antes das eleições	Político – deputado federal; político – outros; outras ocupações.
Receita declarada da campanha	Até R$ 100.000; R$ 100.000 a R$ 1.000.000; mais de R$ 1.000.000.
Tempo no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) durante toda a campanha	Não apareceu; 1 a 49 segundos; 50 a 99 segundos; mais de 100 segundos.

O modelo estimado permite estudar o comportamento da variável resposta condicionada a todas as variáveis explicativas ao mesmo tempo, tornando a análise mais eficiente. Neste trabalho, foram construídos modelos[39] para explicar a probabilidade de ser eleito deputado federal para o Brasil e para os 14 Estados que participaram da pesquisa.

As estimativas e razões de chances encontradas nos modelos são apresentados na Tabela 2. Verifica-se que os modelos encontrados para o Brasil são parecidos com os desenvolvidos para os 14 Estados, com exceção da retirada da variável escolaridade no modelo 7. Outra observação importante refere-se aos modelos 1 e 4, que apresentaram resultados muito semelhantes aos encontrados pela literatura (ARAUJO; ALVES, 2007). Nos modelos 2 e 5, inseriu-se a variável receita declarada da campanha. A entrada desta variável modificou significativamente os resultados, sobretudo no que diz respeito à análise das variáveis tamanho do partido e posição do candidato antes das eleições. Nos modelos sem a nova variável, os candidatos de grandes partidos possuíam quase cinco vezes mais chances de serem eleitos do que aqueles que eram de partidos pequenos. Com a entrada da receita declarada da campanha, essas chances foram reduzidas para valores abaixo de dois. As chances de reeleição eram bem mais altas nos modelos iniciais (26,17 e 28,64) em comparação com aqueles em que a receita da campanha foi introduzida (6,66 e 6,87). Esses resultados mostram que o tamanho do partido e a

[39] A adequação do uso do modelo de regressão logística foi avaliada pelo *goodness-of-fit test*.

posição do candidato antes das eleições perderam o poder explicativo com a introdução da receita declarada da campanha no modelo. Além disso, na análise dos modelos tanto para o Brasil quanto para os 14 Estados, verificou-se a existência de interação entre sexo e a receita declarada da campanha, ou seja, o efeito da variável sexo depende dos três níveis da variável receita da campanha (Tabela 2).

No último modelo de regressão logística, inseriu-se o tempo que os candidatos apareceram no HGPE. Essa variável foi incluída apenas na análise dos 14 Estados, uma vez que o levantamento não foi realizado em todos os Estados do país. Analisando os resultados para essa variável, verifica-se pouca diferença entre as faixas de tempo de exposição no HGPE na explicação da probabilidade de eleição. Ainda assim, conforme mostra a Tabela 2, quanto mais tempo no HGPE, maiores as chances de o candidato ser eleito. Vale ressaltar que, com a entrada desta variável no modelo, o tamanho do partido perdeu significância.

Não obstante, com o objetivo de avaliar o impacto dos fatores explicativos no resultado das eleições, foram desenvolvidos modelos de Análise de Variância, utilizando como variável resposta o número de votos recebidos pelos candidatos. A Tabela 3 traz os resultados desses modelos, que ficaram parecidos com os encontrados nos modelos logísticos. Analisando os coeficientes, verifica-se que a variável receita declarada da campanha foi a que mais contribuiu para o número de votos, sendo que os candidatos com maior receita declarada agregaram mais votos à sua candidatura.

O cargo ocupado pelo candidato antes das eleições é outra variável importante quando se analisam as eleições. Os candidatos que tentaram a reeleição apresentaram coeficientes mais altos e significativos do que os outros concorrentes. Esses resultados ressaltam a importância da receita da campanha na explicação dos resultados das eleições. Analisando as razões de chances dos modelos logísticos, verificam-se resultados interessantes, principalmente no que diz respeito às diferenças por sexo e receita declarada da campanha para explicação da variável dependente. As Tabelas 2 e 3 ajudam a compreender a construção do modelo a partir das variáveis escolhidas.

Procurando entender a probabilidade de um candidato a deputado federal ser eleito, analisaram-se os efeitos das variáveis explicativas nos modelo 3 e 7. O uso da regressão logística permite avaliar a razão de chances (RC) de um candidato ser eleito, variando-se os níveis dos fatores explicativos. Entretanto, deve-se considerar que, devido à presença de interação entre as variáveis sexo e a receita declarada da campanha, a análise deve ser elaborada fixando os níveis destas respectivas variáveis.

Segundo o estado civil dos candidatos, verifica-se que os casados são os que possuem maiores chances de serem eleitos a deputado federal. Os solteiros, por outro lado, são os que apresentaram as menores chances. Esse resultado sugere, também, que a sociedade brasileira ainda é conservadora. Com relação à variação das razões de chances devido ao tamanho do partido, notou-se que os candidatos que participam dos partidos grandes possuem quase duas vezes mais chances de serem eleitos do que os candidatos de partidos pequenos. Outra variável importante neste estudo é a posição que o candidato ocupava antes das eleições. Como pode ser verificado na Tabela 2, aqueles que já eram deputados federais antes das eleições possuem quase sete vezes mais chances de serem reeleitos do que os candidatos que não ocupavam nenhum cargo político antes da campanha. Assim, *a reeleição é um fator muito significativo para o resultado das eleições a deputado federal no Brasil.*

No que se refere à análise da variável sexo, foram confirmados os resultados encontrados em outros estudos (ARAÚJO; ALVES, 2007; 2010), ou seja, os homens apresentam mais chances de serem eleitos do que as mulheres. No entanto, quando considerados os modelos 3 e 7, verificam-se resultados surpreendentes. Nestes modelos, *está sendo medido o efeito da interação entre sexo e a receita declarada da campanha, controlando as outras variáveis.* É importante ter clareza de que essas variáveis não devem ser interpretadas como as outras, pois as razões de chances (RC) de seus níveis exibiram comportamentos heterogêneos na análise bivariada. A interação entre essas variáveis é apresentada na Tabela 4, podendo-se observar que as razões de chances dos sexos variam de acordo com as categorias da receita da campanha. É interessante notar na análise das RC dessas variáveis que, diferentemente do encontrado nos modelos sem interação*, as mulheres apresentam mais chances de serem eleitas do que os homens quando a campanha recebeu investimentos superiores a R$ 1 milhão*. Isto quer dizer que, se um homem e uma mulher numa mesma competição – independentemente de qual partido, posição que ocupava, etc. – receberam investimentos acima de R$1 milhão, a mulher tenderá a ter mais chances de ser eleita do que o homem, e essa diferença é ainda maior na análise dos 14 Estados. Por outro lado, para as campanhas com receita abaixo de R$ 1 milhão, os homens apresentaram mais chances de serem eleitos do que as mulheres, com exceção das campanhas com receitas menores nos 14 Estados, onde as mulheres têm mais chances de serem eleitas do que os homens.

Tabela 2
Estimativas dos Modelos de Regressão Logística para a probabilidade de um candidato ser eleito deputado federal
Brasil – 2010

Parâmetros		Brasil						14 Estados									
		Modelo 1		Modelo 2		Modelo 3		Modelo 4		Modelo 5		Modelo 6		Modelo 7		Modelo 8	
		Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC
Intercepto		-4,90**	0,01	-7,23**	0,00	-7,20**	0,00	-5,13**	0,01	-7,50**	0,00	-7,24**	0,00	-6,87**	0,00	-0,02	0,98
Sexo	Homens	0,51**	1,67	0,27	1,30	0,19	1,21	0,44**	1,55	0,08	1,08	0,09	1,10	-0,40	0,67	-0,01	0,99
	Mulheres	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00
Estado civil	Casado/a	0,36**	1,43	0,28	1,32	0,30	1,35	0,67**	1,96	0,63**	1,87	0,64**	1,90	0,67	1,96	0,03**	1,03
	Solteiro/a	-0,23	0,80	-0,16	0,85	-0,16	0,85	-0,09	0,91	-0,09	0,92	0,00	1,00	-0,03	0,97	0,01	1,01
	Outros	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00
Faixa etária	18 a 39 anos	0,15	1,16					0,27	1,31	0,42	1,52						
	40 a 49 anos	-0,12	0,88					-0,02	0,98	0,17	1,19						
	50 a 59 anos	0,11	1,11					0,20	1,22	0,30	1,35						
	60 anos ou mais	0,00	1,00					0,00	1,00	0,00	1,00						
Tamanho do partido	Partidos grandes	1,55**	4,72	0,55**	1,74	0,57**	1,76	1,48**	4,38	0,41**	1,50	0,40**	1,50	0,43**	1,54		
	Partidos médios	0,93**	2,53	0,53**	1,71	0,53**	1,69	0,85**	2,33	0,44**	1,55	0,45*	1,56	0,43*	1,54		
	Partidos pequenos	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00		
Escolaridade	Superior completo ou mais	0,87**	2,39	0,43*	1,54	0,45*	1,57	0,77**	2,16	0,17	1,18						
	Médio completo/superior incompleto	0,23	1,26	0,10	1,10	0,13	1,14	0,17	1,18	-0,11	0,90						
	Até médio incompleto	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00						

(continua)

(continuação)

Parâmetros		Brasil						14 Estados									
		Modelo 1		Modelo 2		Modelo 3		Modelo 4		Modelo 5		Modelo 6		Modelo 7		Modelo 8	
		Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC	Coef.	RC
Intercepto		-4,90**	0,01	-7,23**	0,00	-7,20**	0,00	-5,13**	0,01	-7,50**	0,00	-7,24**	0,00	-6,87**	0,00	-0,02	0,98
Posição	Deputado federal	3,26**	26,17	1,90**	6,66	1,88**	6,58	3,35**	28,64	1,93**	6,87	1,93**	6,90	1,91	6,78	0,38**	1,46
	Outros cargos políticos	0,12	1,13	-0,05	0,95	-0,14	0,87	0,08	1,08	-0,07	0,94	-0,03	0,97	-0,10	0,91	-0,01	0,99
	Outras posições	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00
Receita da campanha	Mais de R$ 1.000.000			6,18**	481,53	7,91**	2716,01			6,48**	650,57	6,51**	670,69	8,47**	4788,94	0,71**	2,04
	R$ 100.000 a R$ 1.000.000			4,69**	108,50	4,43**	84,07			4,79**	120,59	4,82**	123,44	4,11**	60,67	0,10**	1,10
	Até R$ 100.000			0,00	1,00	0,00	1,00			0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00	0,00	1,00
Tempo no HGPE	Mais de 100 segundos															0,07**	1,07
	50 a 99 segundos															0,02*	1,02
	1 a 49 segundos															0,01	1,01
	Não apareceu															0,00	1,00
Sexo* Receita da campanha	Homens*Mais de 1.000.000,00					-1,81	0,16							-1,98	0,14	-0,23**	0,80
	Homens*100.000,00 a 1.000.000,00					0,30	1,35							0,85	2,35	0,08**	1,08
	Homens*Até100.000,00					0,00	1,00							0	1	0	1
	Mulheres*Mais de 1.000.000,00					0,00	1,00							0	1	0	1
	Mulheres*100.000,00 a 1.000.000,00					0,00	1,00							0	1	0	1
	Mulheres*Até100.000,00					0,00	1,00							0	1	0	1

*p<0,10 **p<0,05

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral (TSE), acessado em junho/2011, conforme nota 38, e Levantamento HGPE coberto pelo Consórcio Bertha Lutz.

Tabela 3
Estimativas das Análises de Variância para o número de votos recebidos pelos candidatos a deputado federal. Brasil – 2010

Parâmetros		Brasil		14 Estados	
		Estimativas	P-Valor	Estimativas	P-Valor
Intercepto		744,3	0,671	-2757,9	0,156
Sexo	Homens	789,6	0,576	119,0	0,942
	Mulheres	0,0		0,0	
Estado civil	Casado/a	2363,5	0,081	3175,0	0,041
	Solteiro/a	-772,8	0,619	-690,7	0,698
	Outros	0,0		0,0	
Tamanho do partido	Partidos grandes	5407,6	0,000	4609,5	0,001
	Partidos médios	3348,5	0,013	2253,7	0,149
	Partidos pequenos	0,0		0,0	
Receita da campanha	Mais de R$ 1.000.000	135430,3	0,000	145355,7	0,000
	R$ 100.000 a R$ 1.000.000	15349,4	0,000	15258,0	0,000
	Até R$ 100.000	0,0		0,0	
Posição	Deputado federal	43138,0	0,000	39930,5	0,000
	Outros cargos políticos	3841,5	0,134	3860,1	0,188
	Outras posições	0,0		0,0	
Tempo no HGPE	Mais de 100 segundos			16894,9	0,000
	50 a 99 segundos			5534,2	0,010
	1 a 49 segundos			4745,3	0,000
	Não apareceu			0,0	
Sexo*Receita da campanha	Homens*Mais de 1.000.000,00	-57220,1	0,000	-67712,4	0,000
	Homens*100.000,00 a 1.000.000,00	15229,9	0,000	14461,7	0,000
	Homens*Até100.000,00	0,0		0,0	
	Mulheres*Mais de 1.000.000,00	0,0		0,0	
	Mulheres*100.000,00 a 1.000.000,00	0,0		0,0	
	Mulheres*Até100.000,00	0,0		0,0	

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral (TSE), acessado em junho/2011, e Levantamento HGPE coberto pelo Consórcio Bertha Lutz.

Tabela 4
Razão de Chances entre sexo e receita declarada da campanha. Brasil – 2010

Receita declarada	Brasil		14 Estados	
	Mulheres/ Homens	Homens/ Mulheres	Mulheres/ Homens	Homens/ Mulheres
Mais de R$ 1.000.000	5,07	0,20	10,79	0,09
R$ 100.000 a R$ 1.000.000	0,61	1,63	0,64	1,57
Até R$ 100.000	0,83	1,21	1,49	0,67

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral (TSE), acessado em junho/2011, e Levantamento HGPE coberto pelo Consórcio Bertha Lutz .

Vale ressaltar que, do total de candidatos que declararam receitas da campanha superiores a R$1 milhão, apenas 6% eram do sexo feminino. Assim, conclui-se que as mulheres possuem mais dificuldades em arrecadar mais receitas para a campanha a deputado federal, mas, ao obterem mais recursos, suas chances de serem eleitas aumentam. Esta conclusão está atrelada a uma questão importante, relacionada ao perfil dos candidatos que possuem campanhas financiadas com recursos acima de R$1 milhão. Por que as mulheres que possuem esses recursos têm mais chances de serem eleitas deputadas federais do que os homens?

Considerações finais

Podem ser destacados alguns pontos centrais relacionados com a *oferta* no processo eleitoral, que passam por certas trajetórias, recursos e determinadas relações entre os candidatos e os partidos. Os perfis dos candidatos variam em todas as dimensões e tais variações contam. Confirmou-se, mais uma vez, como o tamanho do partido pode ampliar as chances eleitorais. Possuir certa estrutura em redes de apoio e apoio partidário são aspectos importantes. Contudo, mesmo nos grandes partidos, é determinante a distância entre quem já é político ou parlamentar e quem não é. Com base na análise dos três níveis, pode-se dizer que ter cargos políticos, em particular os de representação, e, sobretudo, já ser parlamentar são fatores decisivos. Homens e mulheres que se enquadram nesses perfis tendem a se aproximar muito. Mas constatou-se que, em geral, os homens possuem mais estas características e, assim, tendem a reproduzir uma dinâmica inercial e de iniquidade: se habilitam mais às candidaturas; tendem a ter mais estrutura e fontes de apoio porque já estão "no mercado"; tendem a dominar mais os meandros do recrutamento e da estrutura dos partidos; como, na média, já são candidatos "provados" nas urnas, partem com maior abertura para os pedidos de apoio financeiro, espaço no HGPE ou ainda alianças políticas. Como visto, mulheres que perderam eleição responderam mais do que os homens que *não voltariam a se candidatar*. Isto, por sua vez, já implica uma variável favorável aos homens nas estratégias eleitorais de se fazerem conhecidos. A dificuldade financeira, explicitada pela maioria dos candidatos, é elemento relevante.

Nesse sentido, o que mais se destacou foi o peso dos recursos financeiros como fator determinante para uma eleição de sucesso no Brasil. E, neste estudo, *o dado surpreendente é que, quando homens e mulheres declaram gastar uma quantia muito elevada nas campanhas, as chances*

de as mulheres se elegerem são maiores do que as dos homens. Ou seja, a maior parte dos candidatos não se enquadra num perfil de volumosos recursos e, entre estes, as chances de os homens se elegeram são maiores do que as das mulheres. Entretanto, no pequeno universo dos que declararam gastos elevados (têm muito dinheiro ou muito apoio), as mulheres têm mais chances do que os homens. Por quê? Talvez a resposta esteja relacionada ao próprio processo de pré-seleção de candidaturas.

Como mostraram Matland (2002), no plano eleitoral, e Bourdieu, em relação a cargos em geral (2001), diante da corrida de obstáculos, da necessidade de reunir um conjunto de disposições e do volume de recursos, as mulheres tendem a realizar uma autosseleção ou uma seleção prévia. Muitas, apesar das disposições, não chegam a tentar, ou, como visto na primeira parte, se tentam, tendem mais do que os homens a desistir de uma nova tentativa, de tal modo que muitas, quando decidem competir, é porque já reúnem um conjunto de recursos bastante favorável. Em outras palavras, a resposta para campanhas de sucesso, sobretudo iniciais, pode estar ligada à origem social, à trajetória política e às redes sociais nas quais essas mulheres estão inseridas. A tendência à inércia eleitoral dada pela chance de reeleição seria o desdobramento, ainda assim menos favorável às mulheres. Ao mesmo tempo, é emblemático que as motivações pessoais, carreiras individuais e de militância tendam a se aproximar mais do perfil dos vencedores. Tal achado é compatível com outras evidências: as mulheres já deputadas se aproximam mais dos homens na mesma situação, em termos de chances, do que das mulheres não deputadas. Mais importante, quando se consideram os percentuais de sucesso eleitoral de mulheres em todos os níveis de disputa no país,[40] verifica-se que o cargo no Senado, que em geral exige um filtro e uma pré-seleção bem criteriosos, é o único no qual as mulheres obtêm mais sucesso do que os homens. É também onde os gastos são bastante elevados.

Em suma, no caso da Câmara dos Deputados, as estratégias para alcançar maior equilíbrio de sexo tenderiam a passar: pelos partidos, via consolidação de experiência partidária; por ocupação de cargos públicos políticos; por formas de associação e/ou militância e estruturação de redes ou representatividade pessoal; e, sobretudo, por disponibilidade de recursos financeiros, pessoais ou a partir de redes e doações. Dois elementos finais para reflexão: em que medida os dados revelam a natureza ainda mais elitista do sistema representativo brasileiro? E em que medida, sem

[40] Proporção de eleitos em relação ao total de candidatos aptos em cada sexo.

desconsiderar o traço masculino, mais do que maior ou menor compromisso dos partidos para com igualdade de gênero, os dados revelam o poder do dinheiro e a proximidade dos grupos/perfis que os detêm?

Referências

ALVARES, L. **Mulheres na competição eleitoral, seleção de candidaturas e o padrão de carreira política no Brasil**. Tese (Doutorado). Rio de Janeiro, Iuperj, 2004.

ALVES, J. E. D. et al. A mulher nas eleições de 2004: avaliação da política de quotas no Brasil. In: XXVº CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE SOCIOLOGÍA. Porto Alegre – Brasil, 22 a 26 de agosto 2005.

ARAÚJO, C. **Cidadania incompleta**: o impacto da Lei de Cotas sobre a representação política das mulheres no Brasil. Tese (Doutorado), IFCS/UFRJ, 1999.

________. Gênero e o acesso ao poder Legislativo no Brasil: as quotas entre as instituições e a cultura. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n.2, p. 23-60, jul./.dez. 2009.

ARAÚJO, C.; ALVES, J. E. D. Impactos de indicadores sociais e do sistema eleitoral sobre as chances das mulheres nas eleições e suas interações com as quotas. **Dados**, v. 50, n. 3, p. 535-577, 2007.

BALDEZ, L. Cuotas versus primarias: la nominación de candidatas mujeres em México. In: TOBAR, M. R. (Ed.). **Mujeres y política** – em impacto de las cuotas de género en América Latina. Santiago de Chile: Flacso/Catalonia, 2008.

BARREIRA, I.; GONÇALVES, D. N. "Presença" e "ausência" de candidatas: mapeando representações de dirigentes partidários. Nesta coletânea.

BOLOGNESI, B.; COSTA, L. D. Estruturação social e enquadramento institucional no processo de formação das elites políticas: o caso da eleição de mulheres para a Câmara dos Deputados em 2006. In: I SEMINÁRIO INTERMEDIÁRIO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CIÊNCIA POLÍTICA. São Carlos, UFSCar, novembro 2009.

CAMPOS, M. D.; LUENGO, O. El impacto de los sistemas electorales y las leys de cuotas em los países andinos. Las eleciones legislativas em Bolívia, Ecuador y Perú. In: ARCHENTI, N.; TULA, M. I. (Orgs.). **Mujeres y política em América Latina** – sistemas electorales y cuotas. Buenos Aires: Heliasta, 2008.

ELIS, K.; CHILDS, S.; KENTOLA, J.; KROOK, M. L. **Rethinking women's substantive representation**. London: Routledge, 2008.

DAHLERUP, D. Comparative studies of electoral gender quotas. **The implementation of quotas** – Latin America Experience. Report on the Workshop Lima-February 2003. Estocolmo: Idea, 2003.

HAIR, J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C. **Multivariate Data Analysis**. Fifth edition. Prentice Hall, Inc., 1998.

JONES, M. Ley de cuotas y eleciones de mujeres: lecciones a partir de la experiencia en Costa Rica. In: ARCHENTI, N.; TULA, M. I. (Orgs.). **Mujeres y política en América Latina** – sistemas electorales y cuotas. Buenos Aires: Heliasta, 2008.

NORRIS, P. Conclusion. In: NORRIS, P.; LOVENDUSKI, J. (Eds.). **Gender and party politics**. Londres: Sage Publications, 1993.

MACHADO, M. das D. C.; STEFFENON, R. Assimetrias de gênero nas campanhas eleitorais para a Câmara Federal. Nesta coletânea.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**:uma orientação aplicada. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARX, J.; BORNER, J.; CAMINOTTI, M. **Las legisladoras** – cupo de gênero y politica en Argentina. Buenos Aires, 2007.

MATLAND, R. Estratégias para ampliar la participacion femenina en el palmaneto. El proceso de selección de candidatos legislativos y los sistemas electorales. In: MENDEZ, M. M.; BALLINGTON, J. (Orgs.). **Mujeres en el Parlamento** – más allá de los números. Estocolmo: Ideas, 2002.

________. Explaining women´s representation: the role of legislative recruitment and electoral systems. Paper presented to the UN Division for the Advancement of Women, 2005. Disponível em: <http://www.ub.org.womensmatch/daw/egm/nationalm2004/>.

MIGUEL, L. F. Capital político e carreira eleitoral: algumas variáveis na eleição para o Congresso brasileiro**. Revista Sociologia e Política**, p.115-134, junho 2003.

MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. Mídia e representação política feminina: hipóteses de pesquisa*.* **Revista Opinião Pública**, v. 15, n. 1, p. 55-81, 2009.

NORRIS, P. Conclusion. In: NORRIS, N.; LOVENDUSKI, J. (Orgs.). **Gender and party politics**. Londres: Sage Publications, 1993.

NORRIS, P.; LOVENDUSKI, J. Women politicians: transforming westminster? In: NORRIS, P.; LOVENDUSKI, J. (Orgs.). **Women in politics**. Oxford: Oxford University Press, 1996.

SANTOS, F.; PAULA, C. A. de; SEABRA, J. Cotas e movimentos sociais nas estratégias partidárias de inserção das mulheres na vida parlamentar: os casos do Rio de Janeiro e Ceará nas eleições 2010 para a Câmara dos Deputados. Nesta coletânea.

SACHETT, T. Capital social, gênero e representação política no Brasil. **Opinião Pública**, Campinas, v. 15, n. 2, p.306-332, nov. 2009.

SPECK, B.; SACCHET, T. Patrimônio, instrução e ocupação dos candidatos: uma análise das candidaturas de mulheres e homens nas eleições gerais de 2010 no Brasil. Nesta coletânea.

SKJEIE, H.; SILM, B. Scandinavian feminist debate on citizenship*.* **International Political Science Review**, v. 21, n. 4 p. 345-361, 2000.

ROMESBURG, H. C. **Cluster analysis for researchers**. Krieger, Malabar, Florida, 1990.

ANEXOS

Anexo 1 - Metodologia da pesquisa amostral com candidatos

Aqui, por razões de espaço, é suficiente informar que a amostra final selecionada cobriu 14 Estados. A amostra é estratificada, representativa das Regiões Sul e Sudeste e inclui Estados das demais regiões. O peso dos partidos correspondeu à proporcionalidade dos mesmos na Câmara de Deputados, na legislatura de 2006 a 2010.

A amostra inicialmente definida era de 200 entrevistas, mas sofreu perda muito grande, com não realização ao redor de 33% das entrevistas. Ao final, foram coletados 134 casos – (66 homens e 68 mulheres). Após estudo para análise da viabilidade de uso dos estratos iniciais, foi feita uma reponderação das probabilidades iniciais de seleção e pesos amostrais necessários, dado que a mesma não era proporcional. Os dados trabalhados neste artigo, assim como no Relatório Final, são resultantes dessa reponderação, cuja base de dados original foi anexada ao Relatório.

Os Estados contidos na amostra foram: São Paulo (27), Rio de Janeiro (22), Minas Gerais (12), Paraná (99), Bahia (9), Rio Grande do Sul (9), Pernambuco (3), Amapá (3), Goiás(2), Santa Catarina (2), Distrito Federal (1), Amazonas (1) e Sergipe (1). O universo corresponde a 3.125 candidatos oficialmente registrados no TSE em agosto de 2010, sendo 2.522 homens e 603 mulheres. Adicionalmente, devido ao número muito pequeno de candidatos em alguns partidos, estes foram reagrupados da seguinte maneira: DEM; PMDB; PR+PP; PSB+PTB+PDT; PSDB; PT; e Pequeno (todos os demais partidos). A pesquisa foi realizada entre novembro de 2010 e fevereiro de 2011, por meio de questionário estruturado via Cati (*computer assisted telephone interview*).

Assim, se, por um lado, a coleta parcial entre os Estados e a redução do tamanho original da amostra exigem parcimônia e não permitem fazer generalizações, por outro, o fato de se poder contemplar uma base que compreende boa parte dos Estados da federação possibilita falar aqui de características e padrões que se aproximam de forma razoável de uma amostra nacional. As questões do *survey* previam respostas únicas ou múltiplas, que poderiam ser respondidas, também, por ordem de prioridades/importância. A partir do seu conteúdo, foram exploradas trajetórias e mediações no recrutamento, bem como questões partidárias e individuais dos candidatos. As questões envolveram o próprio processo eleitoral, considerando trajetórias pessoais e políticas, aspectos do recrutamento eleitoral, a partir de informações dos candidatos, recursos – financeiros

e não financeiros – e redes de campanha. Ou seja, aspectos que, juntos, ajudam a definir a viabilidade de uma candidatura. Abordou-se, ainda, o que propõem e como propõem as agendas de ações dos candidatos, assim como foram objeto de atenção suas promessas. Tendo em vista que dimensões sistêmicas da política constituem uma das partes desses processos, foram explorados também aspectos relacionados com dimensões da vida dita privada ou não-pública, em particular alguns atinentes à família e às carreiras profissionais. Mais uma vez, o olhar se volta para compreender como as mulheres se inserem nesses caminhos. Por último, agradecemos a colaboração dos colegas Suzana Cavagnaghi e Pedro Silva pelo trabalho de cálculo amostral e de reponderação da amostra.

Anexo 2 – Perguntas do questionário aplicado aos candidatos selecionadas e agregadas

- *Perfil sociodemográfico:* idade, escolaridade, estado civil, número de filhos, cor, profissões, religião.
- *Motivações nos caminhos da inserção partidária e eleitoral*: (p. 18) O que o/a motivou a ingressar na carreira política? (p. 42) Quais as motivações políticas que o levaram a se lançar ou a ser lançado candidato? (p. 53) Quais aspectos de sua trajetória pessoal foram mais importantes para chegar a disputar o cargo atual de deputado federal? (p. 54) Você diria que sua motivação principal se deveu a um projeto pessoal ou a outras circunstâncias?
- *Recursos como trajetórias e experiências públicas:* (p. 15) Algum (outro) familiar seu exerce ou exerceu um cargo público ou partidário nos últimos trinta anos? (p.19) Já ocupou ou participou de direções e/ou cargos em alguma organização não partidária (acadêmica, em ONGs, organizações sindicais, profissionais, movimentos sociais)? (p. 29) Já ocupou ou ocupa algum cargo na administração pública? (p. 32) Já ocupou ou ocupa algum cargo empresarial ou de representação fora de governo e que considere relevantes? (p. 35) Já ocupou cargos no Legislativo ou no Executivo?
- *Recursos como inserção e experiência partidária:* (p. 22) Quantos anos faz que se dedica e participa da política partidária? (p. 25) Há quanto tempo é filiado a este partido? (p. 26) Já ocupou ou ocupa algum cargo partidário? (p. 39) Além desta eleição, já tentou se candidatar em outras eleições a mais de uma carreira parlamentar? (p. 44) Você sentiu alguma resistência à sua candidatura? (p.

58) Tem conhecimento sobre o processo de formação de chapas para dirigentes internos do seu partido? (p. 59) Se tem, como são tomadas as decisões na prática, além do que define o estatuto? (p. 71) Sabe como é o processo de formação das chapas/listas eleitorais no seu partido? (p. 72) Se sabe, quais os critérios usados para formar ou construir a chapa, por ordem de importância e segundo a sua percepção? (p. 77) O que predominou na sua relação com o partido durante a campanha? (p. 78) Sabe como foram definidos os critérios de distribuição dos recursos do partido para os candidatos no período eleitoral? (p. 79) Entre os critérios apresentados, pode listar os três que considera serem prioritários, segundo a ordem de importância? (p. 81) Como avalia em termos de satisfação os recursos que você obteve do partido? (p. 91) Você sabe como foi definido o critério do seu partido para a distribuição do tempo no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral?

- *Estratégias eleitorais e consistência de campanha:* (p. 41) Você realizou algum curso de formação de liderança política antes de disputar sua primeira eleição?(p. 44) Você sentiu alguma resistência à sua candidatura? (p. 45 para os que responderam afirmativamente) Por parte de quem? (p. 46) Durante a campanha, diria que recebeu apoio mais que esperado, esperado ou menos do que o esperado? (p. 80) Para o seu público e o seu tipo de campanha, qual/quais os recursos mais importantes para você passar a sua mensagem? (p. 87) De quais outros grupos (além do partido) recebeu apoio? (p. 88) Quais as formas em que se deu o apoio? (p.94) Tem ideia de quantas vezes você apareceu na propaganda política gratuita durante a campanha? (p. 99) Quanto tempo diário em média você dedicou às atividades de campanha? (p. 56 – para os não eleitos) Pretende se candidatar futuramente? (p. 57 – para os que se elegeram) Em sua opinião, quais os motivos principais que contaram para a sua eleição?
- *Familismo gênero e política:* (p.15) Algum familiar exerceu ou exerce um cargo público ou político partidário? (p. 45) Por parte de quem sentiu resistência à sua candidatura? (p. 53) Aspectos de sua trajetória pessoal que foram mais importantes para disputar o cargo de deputado federal? (p. 89) De quais outras pessoas recebeu apoio? (p. 96) Em relação à sua família, pode identificar o principal tipo de reação diante de sua candidatura? (p.97 – para respostas de resistência) Neste caso, por parte de quem sentiu resistência?

(p. 98) Quais as razões para tal resistência? (p. 100 – para quem não teve dedicação integral à campanha) Por que sua dedicação não foi exclusiva? (p. 101) Considera que a vida familiar e/ou a responsabilidade doméstica têm muito peso e lhe impedem de dedicar mais tempo à política?

- *Para quem e sobre o que falam as mulheres? A natureza da representação e os sentidos das propostas:* (p. 102 – para os que não foram eleitos – respostas múltiplas) Caso fosse eleito(a), o que o(a) Sr(a) pensaria em representar no Congresso? (p.103 – frequência por ordem dos mais citados) Como vê seu papel de representante político? (p. 104) Quais os principais temas/propostas que o(a) Sr.(a) defendeu na sua campanha? (p. 104a) Nessas propostas, qual foram os temas específicos trabalhados?
- *Mulheres na política e estratégias de ingresso – opiniões e informações:* (p. 47) Você conhece a Leis de Cotas de 2007? (p. 48) E a sua versão recente de 2009? (p. 49, estimulada) Você já ouviu falar da Lei de Cotas, que destina ao gênero feminino 30% das vagas disputadas para os cargos legislativos? (p. 50) Você avalia que sua candidatura tem alguma relação com a Lei de Cotas? (p. 60) Existe algum tipo de política de ação afirmativa no seu partido, isto é, voltada para fortalecer e estimular um setor específico? (p. 61) Essa política foi dirigida para qual setor? (p. 64) Sabe se o seu partido tem história de organização e militância de mulheres, isto é, há práticas estruturadas de reuniões de diretórios, grupos e outras formas de militância? (p. 65) O cumprimento da nova Lei de Cotas por sexo para candidaturas a cargos de eleição proporcional foi ou não tema de discussão/mobilização no momento da nominação de candidatos no seio do seu partido? (p. 66) Na avaliação da participação/militância das mulheres no dia-a-dia das estruturas partidárias oficiais, percebe algum tipo de diferença por sexo? E nas seguintes situações: a) frequência (ao partido); b) no tipo de atividade que exercem; c) nos focos de interesse políticos nos debates ou ação política. (p.82) Você acredita que as dificuldades/chances de conseguir financiamento desse setor (partido) são: iguais para homens e mulheres; mais difíceis para homens; mais difíceis para mulheres? (p. 84) Considera que há diferenças de tratamento dos candidatos no partido que passem por questões como sexo, idade, renda e poder econômico? (p.107) Acredita que há vantagens que favoreçam as mulheres na política?

Anexo 3 - Dendograma

Dendograma dos candidatos a deputado federal, segundo o método de Ward Distância Euclidiana entre os conglomerados

```
 C A S E    0         5        10        15        20        25
Label  Num   +---------+---------+---------+---------+---------+

        36   òø
        47   òôòòòø
        22   ò÷   ùòø
        53   òòòòò÷ ó
        19   òûòø   ó
        49   ò÷ ùòø ùòòòø
        91   òòò÷ ó ó   ó
        85   òòòòòú ó   ó
         7   òòòòòôò÷   ó
        29   òòòòò÷     ó
        21   òòòø       ó
        65   òòòú       ó
        26   òòòôòø     ó
        23   òòò÷ ùòòòø ó
        64   òòòòò÷   ó ó
       100   òòòòòûòø ùòú
       102   òòòòò÷ ó ó ùòòòòòø
        32   òòòûòø ùò÷ ó     ó
        33   òòò÷ ó ó   ó     ó
        17   òòòòòôò÷   ó     ó
        58   òòòòò÷     ó     ó
        24   òòòòòûòø   ó     ó
        63   òòòòò÷ ó   ó     ó
        67   òòòûòø ó   ó     ó
        69   òòò÷ ó ó   ó     ó
        39   òø   ó ó   ó     ó
        76   òú   ó ó   ó     ó
         6   òôòø ùòú   ó     ó
        70   ò÷ ó ó ó   ó     ó
        92   òòòôòú ó   ó     ó
        27   òûòú ó ó   ó     ó
        73   ò÷ ó ó ùòòòú     ó
        13   òûòú ó ó   ó     ó
        48   ò÷ ó ó ó   ó     ó
        44   òòò÷ ó ó   ó     ó
        15   òòòûò÷ ó   ó     ó
        41   òòò÷   ó   ó     ó
       101   òòòòòûòú   ó     ó
       125   òòòòò÷ ó   ó     ó
       110   òûòø   ó   ó     ó
       120   ò÷ ùòø ó   ó     ùòòòø
        90   òòò÷ ùò÷   ó     ó   ó
       116   òûòòòú     ó     ó   ó
       121   ò÷   ó     ó     ó   ó
       106   òòòø ó     ó     ó   ó
       115   òòòôò÷     ó     ó   ó
        98   òòò÷       ó     ó   ó
        99   òòòòòûòòòòòú     ó   ó
       130   òòòòò÷     ó     ó   ó
       108   òòòûòø     ó     ó   ó
       118   òòò÷ ùòòòø ó     ó   ó
        87   òòòòò÷   ùò÷     ó   ó
       129   òòòòòòòòò÷       ó   ó
         4   òûòø             ó   ó
        34   ò÷ ùòø           ó   ó
        83   òòò÷ ùòø         ó   ó
        97   òòòòò÷ ó         ó   ùòø
         2   òø     ó         ó   ó ó
        25   òôòòòø ùòòòòòø   ó   ó ó
         1   ò÷   ó ó     ó   ó   ó ó
        51   òûòø ó ó     ó   ó   ó ó
        82   ò÷ ùòôò÷     ó   ó   ó ó
        59   òø ó ó       ó   ó   ó ó
```

```
C A S E     0         5        10        15        20        25
Label  Num  +---------+---------+---------+---------+---------+

        62   òôò÷ ó       ó   ó   ó ó
        42   ò÷   ó       ùòòò÷   ó ó
        71   òûòø ó       ó       ó ó
        81   ò÷ ó ó       ó       ó ùòòòòòòòòòòòø
        88   òûòôò÷       ó       ó ó           ó
        89   ò÷ ó         ó       ó ó           ó
        14   òòò÷         ó       ó ó           ó
        61   òòòòòòòòòûòòò÷       ó ó           ó
        75   òòòòòòòòò÷           ó ó           ó
       112   òòòòòûòòòòòòòòòòòòòòò÷ ó           ó
       127   òòòòò÷                 ó           ó
       113   òòòòòûòòòòòòòòòòòòòø   ó           ó
       126   òòòòò÷             ó   ó           ó
        56   òòòø               ó   ó           ó
        79   òòòôòòòòòø       ùòòò÷             ó
        55   òòò÷     ùòòòòòø   ó               ó
        28   òòòòòòòòò÷     ó   ó               ó
       105   òòòòòø         ùòòò÷               ùòòòòòòòòòòòø
       123   òòòòòôòòòø     ó                   ó           ó
       134   òòòòò÷   ùòòòòò÷                   ó           ó
         9   òòòòòòòòò÷                         ó           ó
        38   òòòòòòòòòòòòòûòòòòòòòòòø           ó           ó
        43   òòòòòòòòòòòòò÷         ó           ó           ó
        50   òòòûòòòø               ó           ó           ó
        86   òòò÷   ùòòòòòòòòòø     ùòòòòòòòòòø ó           ó
        74   òòòòòòò÷         ó     ó         ó ó           ó
         8   òòòòòûòòòø       ó     ó         ó ó           ó
        46   òòòòò÷   ó       ó     ó         ó ó           ó
        10   òòòûòø   ùòø     ùòòòòò÷         ó ó           ùòø
        40   òòò÷ ó   ó ó     ó               ó ó           ó ó
        94   òòòø ùòòò÷ ó     ó               ó ó           ó ó
        95   òòòú ó     ó     ó               ùò÷           ó ó
        93   òòòôò÷     ùòòòòò÷               ó             ó ó
        11   òòò÷       ó                     ó             ó ó
       114   òûòø       ó                     ó             ó ó
       128   ò÷ ùòòòòòø ó                     ó             ó ó
       111   òòò÷     ùò÷                     ó             ó ó
       132   òòòòòòòòò÷                       ó             ó ó
        12   òòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòò÷             ó ó
        18   òòòòòòòòòûòòòòòòòòòø                           ó ó
        78   òòòòòòòòò÷         ùòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòò÷ ó
        77   òòòòòòòòòòòòòòòòòòò÷                             ó
         5   òòòûòø                                           ó
        72   òòò÷ ùòòòòòòòø                                   ó
        37   òòòòò÷       ùòòòòòø                             ó
        20   òòòòòòòòòòòòò÷     ó                             ó
       119   òòòòòûòòòø         ó                             ó
       124   òòòòò÷   ó         ó                             ó
         3   òòòûòòòø ùòòòòòòòø ó                             ó
        68   òòò÷   ó ó       ó ó                             ó
        84   òòòûòø ùò÷       ó ó                             ó
       104   òòò÷ ó ó         ó ó                             ó
        57   òòòø ùò÷         ùòú                             ó
        66   òòòú ó           ó ùòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòø       ó
        31   òòòôòú           ó ó                     ó       ó
        30   òòò÷ ó           ó ó                     ó       ó
       109   òòòòò÷           ó ó                     ó       ó
       131   òòòòòòòòòòòòòòòòò÷ ó                     ùòòòòòòò÷
       133   òòòòòòòòòòòòòòòòòòò÷                     ó
        96   òòòòòûòòòòòòòòòø                         ó
       117   òòòòò÷         ùòòòòòòòòòòòòòòòø         ó
        35   òòòòòûòòòòòòòòò÷               ùòòòòòòòòò÷
        54   òòòòò÷                         ó
        52   òòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòòò÷
```

Anexo 4 - Modelos Logísticos

Teste de qualidade do ajuste – Modelo de Regressão Logística

Efeitos	Brasil									14 Estados														
	Modelo 1			Modelo 2			Modelo 3			Modelo 4			Modelo 5			Modelo 6			Modelo 7			Modelo 8		
	Qui-Quad.	GL	P-Valor	Qui-Quad.	GL	P-Valor	Qui-Quad.	GL	P-Valor	Qui-Quad.	GL	P-Valor	Qui-Quad.	GL	P-Valor	Qui-Quad.	GL	P-Valor	Qui-Quad.	GL	P-Valor	Qui-Quad.	GL	P-Valor
(Intercepto)	211,9	1	0,000	113,6	1	0,000	60,9	1	0,000	170,2	1	0,000	84,9	1	0,000	88,5	1	0,000	42,8	1	0,000	1069	1	0,000
Sexo	7,6	1	0,006	1,7	1	0,197	0,5	1	0,496	3,9	1	0,047	0,1	1	0,749	0,1	1	0,719	2,06	1	0,151	8,21	1	0,004
Estado civil	13,5	2	0,001	6,6	2	0,037	7,3	2	0,026	20,7	2	0,000	14,1	2	0,001	13,2	2	0,001	14,8	2	0,001	13,5	2	0,001
Faixa etária	3,3	3	0,355							2,9	3	0,400	2,9	3	0,403									
Tamanho do partido	116,1	2	0,000	12,2	2	0,002	12,4	2	0,002	78,6	2	0,000	5,1	2	0,080	5,2	2	0,075	5,5	2	0,064			
Escolaridade	28,5	2	0,000	5,9	2	0,052	5,8	2	0,055	17,9	2	0,000	2,1	2	0,346									
Posição	514,1	2	0,000	157,4	2	0,000	155,7	2	0,000	396,4	2	0,000	112,9	2	0,000	117,0	2	0,000	115	2	0,000	594	2	0,000
Receita da campanha				224,7	2	0,000	105,5	2	0,000				183,3	2	0,000	187,3	2	0,000	90,3	2	0,000	508	2	0,000
Tempo no HGPE																						21	3	0,000
Sexo*Receita da campanha							6,4	2	0,040										6,64	2	0,036	30,6	2	0,000

Teste de qualidade do ajuste – Modelo de Análise de Variância

Efeitos	Brasil			14 Estados		
	Qui-Quad.	GL	P-Valor	Qui-Quad.	GL	P-Valor
(Intercepto)	1241,5	1	0,000	1126,3	1	0,000
Sexo	19,8	1	0,000	27,9	1	0,000
Estado civil	8,2	2	0,016	9,7	2	0,008
Tamanho do partido	22,1	2	0,000	10,9	2	0,004
Receita da campanha	723,2	2	0,000	585,6	2	0,000
Posição	407,5	2	0,000	234,6	2	0,000
Tempo no HGPE				54,0	3	0,000
Sexo*Receita da campanha	76,4	2	0,000	70,8	2	0,000

Assimetrias de gênero nas campanhas eleitorais para a Câmara Federal

Maria das Dores Campos Machado*
Rosanete Steffenon**

Os resultados dos pleitos eleitorais realizados no período posterior à adoção da política de cotas no Brasil demonstram que, a despeito das alterações na legislação eleitoral na tentativa de promover a equidade de gêneros nas esferas de representação política, as cadeiras das casas legislativas continuam a ser predominantemente ocupadas por atores políticos do sexo masculino. Com intuito de contribuir para o debate sobre a reprodução dessa desigualdade, esse artigo apresenta uma análise qualitativa das campanhas eleitorais de 2010 para a Câmara Federal, a partir do cruzamento de três fontes de dados: os *sites* e/ou *blogs*[1] das candidaturas; o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral; e o *survey* realizado junto aos/às candidatos/as.

A amostra que serviu de base para o monitoramento das candidaturas resultou de um sorteio entre os candidatos de 14 Estados das diferentes regiões brasileiras e dos partidos com representação na Câmara a partir das eleições de 2006.[2] Todas as unidades federativas do Sul e do Sudeste

---

* Professora da Escola de Serviço Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro – ESS/UFRJ. Sou grata ao CNPq pelo apoio financeiro concedido na forma de Bolsa de Produtividade em Pesquisa. Registro também os agradecimentos à Faperj pela Bolsa de Iniciação Científica da aluna Amanda Barreto, que trabalhou nesse projeto sob minha orientação, e à Clara Maria de Oliveira Araújo, que leu e deu valiosas contribuições a esse texto.
** Mestranda da Escola de Serviço Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro – ESS/UFRJ.
[1] Site é um conjunto de páginas interligadas que veiculam informações e documentos de uma pessoa, empresa, instituição num determinado domínio (endereço) na Internet (servidor de hospedagem). O blog tem características de um site, mas sua estrutura permite a atualização rápida a partir de acréscimos dos chamados artigos ou "*posts*".
[2] Os partidos foram: DEM; PMDB; PR; PP; PSB; PTB; PDT; PSDB; PT; além das agremiações que foram trabalhadas de forma agrupada.

brasileiro foram incluídas, enquanto no Nordeste foram pré-selecionados Pernambuco, Sergipe e Bahia e, no Norte, os Estados do Amapá e Amazonas. A seleção da amostra contemplou também os critérios de equivalência do número de candidatos por sexo e de proporcionalidade, no que se refere aos partidos e às regiões. Assim, foram sorteados 260 nomes de candidatos, iniciando-se, em agosto de 2010, a pesquisa de localização de seus *sites* e *blogs* na Internet. Deve-se esclarecer ainda que menos de um terço dos selecionados possuía sítios na Internet, mas foi a partir desse critério que se constituiu a configuração básica dos atores políticos cujas candidaturas serão examinadas nesse texto.

Tabela 1
Candidatos à Câmara Federal selecionados, por sexo, segundo fonte de dados – 2010

Fonte dos dados	Mulheres	Homens	Total em cada fonte
Blog/site	23	58	81
Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral	18	44	62
Entrevista	11	23	34

Fonte: Pesquisa A Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010.

A diferença no número de políticos/as nas três fontes de dados (Tabela 1) resulta de diferentes fatores. O primeiro refere-se à própria natureza das campanhas nas mídias digitais e no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral, uma vez que os *sites* e *blogs* são recursos eleitorais basicamente individuais,[3] enquanto a participação no HGPE depende das estratégias partidárias e das alianças tecidas no período pré-eleitoral. Ou seja, nem todos/as candidatos/as conseguem inserção nos programas do horário eleitoral. O segundo fator é a dificuldade em conseguir que esses/as políticos/as participassem do *survey*. Assim, dos 260 políticos/as cujos nomes foram selecionados, 225 foram contactados e só 134 aceitaram responder às perguntas e, desse subconjunto, apenas 34 dispunham de *blogs* e/ou *sites*. De qualquer maneira, enfatiza-se que se trata de uma análise qualitativa e que a comparação e complementação dos dados da Internet, do HGPE e do *survey* podem auxiliar na identificação dos desafios a serem enfrentados na luta contra a sub-representação feminina nas competições eleitorais e no Parlamento brasileiro, de uma forma mais ampla.

[3] Apenas a candidata Luci Choinacki (PT/SC) utilizava *site* institucional, pertencente ao seu partido e denominado Página 13, no qual tem registrada sua biografia.

Como a configuração de políticos/as foi construída a partir dos *blogs*/*sites,* é preciso informar que, posteriormente ao levantamento daqueles que dispunham de mídias digitais para sua campanha, o conteúdo foi gravado, lido e registrado em planilhas individuais, que contemplaram os dados básicos de identificação do sítio, os recursos tecnológicos e as referências visuais empregadas, assim como os dados relativos aos candidatos de ambos os sexos: biografia, agenda política, representação de interesses, entre outros. Além dessa primeira visita, os sítios foram monitorados durante a campanha eleitoral por meio de *feeds*,[4] que facilitaram o acompanhamento das atualizações recebidas automaticamente em *e-mails* criados especificamente para tal fim.

A campanha eleitoral na mídia

Dos 81 candidatos/as com campanha na web, 58 eram do sexo masculino e 23, do feminino. Entretanto, apenas 44 homens e 18 mulheres desse grupo tiveram inserção no HGPE, como mostra a Tabela 1. Ou seja, as mulheres representavam um pouco mais de um quarto dos sorteados que tinham campanha na mídia digital e menos da metade dos que fizeram campanha na TV, corroborando as teses do *gap* de gênero em relação aos recursos eleitorais, apontadas em investigações anteriores (ARAÚJO, 2007).

Entre essas candidaturas com *sites* e/ou *blogs*, constatou-se grande concentração no Sudeste (40), seguido pelas Regiões Nordeste e Sul, cada uma com 14, o Centro-Oeste, com nove, e o Norte, com quatro. Seguindo a tendência da configuração mais ampla, o número de candidaturas femininas com sítios na web também foi maior no Sudeste (11), embora proporcionalmente inferior ao de homens. O equilíbrio entre os dois sexos só ocorreu na Região Norte, onde foram localizados *blogs*/*sites* de duas mulheres e dois homens, entre os sorteados.

A distribuição desigual por sexo na mídia digital espelha a representação na Câmara na legislatura anterior, pois as Regiões Sul e Sudeste foram as que mais elegeram mulheres em 2006 e, mesmo assim, as duas tinham mais do que o dobro de parlamentares do sexo masculino naquela casa. Da mesma forma a Bahia, onde a assimetria entre os políticos dos sexos masculino e feminino se mostrou maior, tem sido um dos Estados com as piores *performances* de elegibilidade das mulheres.

---

[4] O termo é empregado para a ferramenta que permite atualização frequente dos conteúdos veiculados nos sítios da Internet.

São Paulo, a unidade federativa de maior poder aquisitivo e desenvolvimento econômico, encabeça o *ranking* dos seis Estados com mais candidaturas (18) que apresentaram *sites/blogs*. Em seguida, aparecem Rio de Janeiro (16), Bahia (nove), Goiás (seis) e Rio Grande do Sul e Santa Catarina, cada um com cinco candidatos que utilizaram esse recurso eleitoral.

Deve-se acrescentar que, além do fato de apenas 31% dos atores políticos com nomes sorteados terem realizado campanhas nas mídias digitais no pleito de 2010, pouquíssimos foram os que durante a inserção no HGPE divulgaram os endereços de suas mídias: quatro candidatos.[5] Entre aqueles que fizeram campanha na Internet, a maior parte (59) utilizou *sites*. No entanto, observou-se que 19 candidatos/as hospedavam, em seus *sites*, os próprios *blogs*, recorrendo, assim, às duas mídias durante o período eleitoral, enquanto 22 candidaturas optaram por utilizar apenas os *blogs*.

A utilização de *sites* mostrou-se mais frequente para os candidatos do sexo masculino e aqueles/as que concorreram à reeleição, talvez por que esse tipo de mídia seja mais estruturado, existe há mais tempo e, por isso, tem um *modus operandi* mais conhecido do que os *blogs*. Afinal, esses políticos, comparados aos que se candidatam pela primeira vez, veiculam maior variedade e quantidade de informações, tais como seções de notícias, atuações parlamentares, projetos de lei, biografia, contato, fotos, etc. Além disso, pode-se supor que essas mídias tenham também sido criadas com o objetivo de fazer com que o contato entre político e eleitor se estabeleça para além do período de disputa eleitoral; e ainda que a própria estrutura institucional das casas legislativas – assessoria, secretaria – facilite a produção de material digital para a Internet.

É importante informar que, dos 59 *sites*, apenas quatro dispunham da ferramenta de contagem do número de acessos, que pertenciam a Lauro Botto (PV/RJ), Virgilio Neto (PSDB/DF), Antonio Brito (PRTB/BA) e Mara Cristina Gabrilli (PSDB/SP). No caso dos *blogs*, do total de 41, cinco apresentavam esse recurso: Thiago Matias (DEM/GO); Nilmário de Miranda (PT/MG); Airton Sudbrak (PT/SC); Rogério Farah (PT/MG); e Liliam Sá (PR/RJ). Na segunda quinzena de setembro, o *blog* de Nílmário Miranda registrava o maior número de acessos, com 50.000 visitas, enquanto o da candidata Liliam Sá acusava a menor quantidade (18.175 acessos).

---

[5] Marcelo Verly de Lemos (PSDB/ RJ); Abdala Abi Faraj (PP/SC); Ivan Valente (PSOL/SP) e Severino de Souza Filho (PSB/PE).

A frequência das atualizações da maior parte de *sites* e/ou *blogs* era semanal, independentemente do sexo, vindo em seguida as atualizações diárias, mensais e outras. Apenas dois candidatos do sexo masculino não atualizaram o sitio na Internet depois da data de criação: Dennys Haddad (PSB/SP), que dispunha de um *site*, e Jorge Luiz Araújo Costa (PDT/BA), que contava com um *blog*. Vários sítios apresentavam a possibilidade de acesso às outras mídias do/a próprio/a candidato/a e às suas redes sociais (*facebook*, *orkut*, *flickr*, *twitter*, entre outras), além de oferecerem *links* de acesso aos *sites* dos próprios partidos, de outros candidatos, da Câmara dos Deputados, de movimentos sociais, de instituições governamentais, etc.

Mais da metade dos *sites* e/ou *blogs* oferecia *e-mail* para que os interessados entrassem em contato para contribuir na distribuição de material e/ou permitia a participação do/a seguidor/a eleitor/a com postagem de comentários. A divulgação de *e-mail* para solicitação de material de campanha, assim como de *links* para doações, foi proporcionalmente superior entre as candidaturas femininas. A maior utilização desses recursos pelas mulheres nas chamadas dos seus sítios sugere que as candidatas buscam apoio voluntário dos internautas, tanto para a distribuição de material de campanha como para a doação de recursos com vistas a ampliar a votação, talvez por não contarem com outros atores e recursos influentes. Os dados apresentados por Sacchet e Speck, nesse livro, confirmam esses resultados, demonstrando que a proporção de candidaturas femininas que dependem das doações de pessoas físicas é maior do que a dos homens.

Tabela 2
Candidatos à Câmara Federal que possuíam *sites/blogs*, por sexo, segundo interatividade nas mídias – 2010

Interatividade	Mulheres	Homens	Total
Sim	13	36	49
Não	10	22	32
Total	**23**	**58**	**81**

Fonte: Pesquisa A Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010.

As ferramentas que permitem a participação do internauta por meio de enquete ou comentário foram menos utilizadas do que a de contatos via *e-mail,* sendo que a postagem de comentários se mostrou numericamente inexpressiva. Além disso, embora a estrutura dos *blogs* possibilite a criação de novos espaços de discussão política, como fóruns de debate e

diálogo entre os comentaristas, constatou-se que os comentários expressavam mais sentimentos pessoais e descontentamentos isolados do que posições político-ideológicas. Esses dados corroboram a tese de Santos et al. (2009, p. 176) de que, "apesar de serem novos espaços para a promoção da democracia, os *blogs* em si mesmos não garantem a formação de um debate profícuo, pelo qual os participantes procuram apresentar argumentos e fatos que comprovem suas posições".

De qualquer maneira, os sítios das candidaturas masculinas revelaram-se mais dinâmicos do que os das candidaturas femininas, uma vez que empregavam diferentes elementos e/ou tecnologias na apresentação do candidato e de sua agenda política (vídeos, fotos, textos, imagens, música de campanha, etc.). Candidatos como Emiliano José (PT/BA), Artur de Oliveira Maia (PMDB/BA), Nilmário Miranda (PT/MG) e Silvio Torres (PSDB/SP) destacaram-se entre aqueles que postaram mais notícias e textos em suas mídias eletrônicas. Só para ilustrar, o *blog* e/ou *site* de cada um deles possuía mais de 100 páginas na segunda quinzena de setembro de 2010. Já entre as mulheres, Iriny Lopes, Ana Arraes, Zulaiê Cobra e Benedita da Silva foram as que mais atualizaram suas mídias, mas o número de páginas dessas não atingiu o patamar dos políticos do sexo masculino, citados anteriormente. Benedita da Silva, com sua importante biografia política, tinha no seu *blog* 34 páginas na segunda semana de setembro.

Essa diferença, que pode estar ligada ao desequilíbrio de recursos financeiros disponíveis para as candidaturas masculinas e femininas, também foi percebida nas inserções dos/as candidatos/as no HGPE, em que o número dos candidatos do sexo masculino cuja propaganda apresentava efeitos especiais, letreiro, produção em estúdio e vinhetas de aberturas, por exemplo, era proporcionalmente superior ao das mulheres. Só para ilustrar, dos 44 candidatos do sexo masculino selecionados, 19 apresentaram vinhetas de aberturas em suas campanhas na TV, enquanto apenas duas, das 18 candidaturas femininas, usaram o mesmo recurso.[6]

Segundo Araújo (2001), as campanhas mais individualizadas e marcadas por competição intrapartidária tendem a requerer redes de apoio e financiamento maiores. A isto se soma a ausência de financiamento público e democrático das campanhas, o que afeta principalmente as candidaturas de setores que tradicionalmente estão ausentes das instâncias políticas e

[6] Os dados para o universo mais amplo dos candidatos à Câmara Federal que apareceram no HGPE indicam que a diferença entre homens e mulheres que veicularam vinhetas de aberturas não é tão significativa como a encontrada entre aqueles e aquelas que dispunham de campanha em *sites* e/ou *blogs*.

estão tentando ingressar nelas, cenário que se torna complexo e adverso também às mulheres que tentam se eleger fora dos padrões tradicionais de ingresso feminino. A análise das formas de financiamento das campanhas para a Câmara Federal no pleito de 2010 reforça essa perspectiva, demonstrando que as desigualdades identificadas na configuração dos/as políticos/as que utilizaram o ciberespaço na disputa eleitoral expressam a realidade das candidaturas em geral.[7]

Para além da assimetria de gênero na interatividade e nos recursos tecnológicos utilizados, os sítios das candidaturas masculinas apresentavam, por ordem de recorrência, as seguintes referências visuais: fotos, identificação partidária, endereços de *blogs* e outras mídias, sigla ao fundo, uso das cores da bandeira do Brasil, *link* para doação, nome de grupos e símbolos religiosos. Já os sítios das candidatas utilizavam, também por ordem de importância: fotos, endereços de outras mídias, identificação partidária, sigla ao fundo, uso das cores rosa e lilás, cores da bandeira do Brasil, *link* para doação, símbolos do sexo feminino e religiosos. É interessante enfatizar que, enquanto as candidaturas masculinas exploraram amplamente as referências visuais que indicavam a vinculação partidária e o sentimento de identidade nacional, somente a metade das mulheres lançou mão de símbolos e cores dos partidos e da bandeira nacional nos sítios da Internet. Deve-se registrar ainda que, enquanto mais de um quarto dos sítios das candidatas utilizou a cor rosa e um quinto recorreu ao lilás, cores frequentemente associadas ao gênero feminino, apenas a candidata Janete Rocha Pietá (PT, SP) empregou o símbolo do sexo feminino para ilustrar sua mídia digital.

No HGPE, a identificação partidária e as imagens do candidato ao governo do Estado foram os elementos visuais mais utilizados por candidatos à Câmara Federal de ambos os sexos. Uma das razões que provavelmente leva à menor diferença entre as candidaturas masculinas e femininas na utilização dessas referências visuais na televisão, provavelmente, deve-se ao fato de a propaganda eleitoral gratuita pertencer ao partido, seguir um formato mais uniforme e, por meio da presença de outra liderança política, realizar as campanhas "casadas" que potencializam os recursos partidários. Assim, enquanto atores políticos de ambos os sexos apresentavam imagens de candidatos aos outros cargos eletivos e os símbolos das agremiações partidárias, uma pequena parcela utilizava também imagens junto ao ex-presidente Lula. De qualquer forma, constatou-se uma maior

[7] Ver Sacchet e Speck, nesse livro.

capacidade das candidaturas masculinas em arregimentar outros atores políticos para sua apresentação durante a propaganda eleitoral.

Seguindo o mesmo padrão identificado nas inserções do HGPE, as mídias digitais dos homens registravam maior número de fotos em contextos variados, revelando uma vez mais a mediação de gênero na capacidade de arregimentar apoios das lideranças sociais e políticas. Chama atenção, por exemplo, o fato de que a maioria das fotos de líderes religiosos identificados encontrava-se justamente na mídia digital das candidaturas masculinas. Enquanto oito atores políticos lançaram mão dessa estratégia de divulgação do apoio religioso, apenas uma mulher, Benedita da Silva (PT/RJ), postou fotografia de um dirigente espiritual. Sinteticamente, os homens, além de demonstrarem mais facilidade de tirar fotos com os/as candidatos/as ao cargo majoritário dos seus Estados, com os líderes de seus respectivos partidos, com o/a candidato/a à Presidência da República e com o então presidente Lula, parecem também receber mais apoio do corpo sacerdotal de suas comunidades confessionais para a disputa eleitoral.[8]

Nos *sites* e *blogs* das candidatas predominavam as fotos solitárias em estúdio, seguidas pelas fotos com eleitores no contexto da rua e, em menor quantidade, em reunião com outras lideranças políticas. As inserções das candidaturas femininas no HGPE, entretanto, demonstram que as referências visuais aos candidatos ao governo do Estado, à Presidência, ao Senado e às Assembleias Legislativas, bem como ao presidente em exercício, foram proporcionalmente maiores do que nos sítios digitais, ainda que em desvantagem em relação às inserções das candidaturas masculinas, como afirmado anteriormente. Constatou-se ainda que apenas as candidatas Ana Lúcia Alencar Arraes (PSB/PE) e Romanna Giulia Remor (DEM/SC) fizeram menção discursiva aos vínculos de parentesco com o político apresentado ao seu lado no HGPE.

Foram encontrados vídeos em pouco mais de um terço das mídias dos candidatos do sexo masculino e em cerca da metade daquelas referentes às mulheres. Com exceção de Sandro Vítor Gonçalves (PMN/RJ), que se candidatava pela primeira vez, os demais políticos que veiculavam vídeos em suas campanhas nas mídias digitais já haviam exercido mandatos em cargos eletivos. Desse subconjunto, 11 homens e sete mulheres concorriam à reeleição para a Câmara Federal. Em oito

[8] No caso das mulheres, o sítio de Benedita da Silva (PT/RJ) destacava-se uma vez mais pela galeria de fotos mais variadas, com registros fotográficos de seus encontros com Lula, Dilma, Sérgio Cabral e as principais lideranças nacionais de seu partido.

mídias, os vídeos foram empregados para apresentação das biografias dos/as candidatos/as.

Os vídeos presentes nos sítios das candidaturas masculinas apresentavam o político na rua, em estúdio e em reunião partidária, bem como entrevistas com populares. Além disso, os candidatos se apresentavam acompanhados de diversos atores sociais e políticos, que, em ordem de recorrência, eram: liderança de associações; político em disputa para o governo e para a Presidência; líder religioso; candidatos/as em disputa para o Senado; vereador; ex-político, prefeito e/ou um parente com trajetória política.

Nas mídias das candidaturas femininas, os vídeos eram mais simples e as políticas eram apresentadas em estúdio, na rua e/ou concedendo entrevistas. Apenas quatro candidatas estavam acompanhadas nos vídeos: Benedita da Silva (PT/RJ), com candidatos ao Senado e ao governo estadual; Solange Amaral (DEM/RJ), com candidato ao Senado e ex-políticos; Iriny Lopes (PT/ ES), candidata à reeleição, apareceu ao lado de Dilma Roussef; e Ana Arraes Alencar (PSB/PE), juntamente com políticos parentes. As demais mulheres apresentavam-se desacompanhadas, mesmo porque seus vídeos concentravam-se em entrevistas com a candidata gravadas em estúdio. Diferentemente dos atores políticos do sexo masculino, as mulheres não produziram vídeos com entrevistas de populares, vereadores, prefeitos, líderes religiosos ou de associações civis. A diversidade de lideranças sociais e políticas apresentada junto com os candidatos do sexo masculino nos vídeos é retratada também nas fotos presentes em suas mídias, conforme anteriormente abordado.

Em seis sítios, foram identificados vídeos veiculados previamente no horário de propaganda eleitoral gratuita.[9] Observou-se, ainda, que os/as candidatos/as concorrendo à reeleição e os que cumpriram outros mandatos eletivos divulgavam em vídeos seus pronunciamentos nas sessões dos referidos cargos, bem como suas realizações políticas. Também foram localizados vídeos sobre a celebração do dia do orgulho LGBT (*blog* de Érika Kokay, PT/DF), sobre as mulheres que atuam no combate à exploração sexual de crianças e adolescentes (*blog* de Liliam Sá, PR/RJ), a acessibilidade das pessoas com deficiência, a Semana da Consciência Negra, o Plano Nacional de Direitos Humanos e programas televisivos.

Os sítios dos candidatos do sexo masculino traziam vídeos de eventos políticos, programas sociais do governo federal e pronunciamentos

[9] Cinco eram de candidatos do sexo masculino e apenas um pertencia a uma mulher.

tanto do ex-presidente Lula quanto dos candidatos ao governo estadual e à Presidência da República. Apenas três candidatos homens utilizaram vídeos com declarações de apoio a suas candidaturas: Carlos Sampaio (PSDB/SP) veiculou mensagens de apoio de Aécio Neves e Rita Camata; Sandro Gonçalves (PMN/RJ) postou depoimentos de pessoas assistidas pelo Movimento Católicos em Ação, fundado pelo candidato; e Marcel Alexandre da Silva (PMDB/AM) apresentou-se como "apóstolo" evangélico e trazia depoimentos de vários pastores e líderes religiosos.

As biografias políticas

Entre as diferentes "chamadas" dos sítios, destacam-se as notícias sobre as atividades da campanha e aquelas relativas à conjuntura política, sendo estas últimas, na maioria das vezes, reprodução de matérias veiculadas em outros meios midiáticos. Em seguida aparecem as biografias, que foram proporcionalmente mais utilizadas pelas mulheres (em 18, das 23 mídias de candidaturas femininas) do que pelos homens (em mais da metade das suas mídias digitais), que lançaram mão de outros recursos, como as fotos dos candidatos com outras lideranças e/ou autoridades.

A apresentação das biografias se deu, principalmente, por meio de textos, vindo, a seguir, os relatos feitos pelos/as próprios/as candidatos/as, as biografias em *off*, as fotos ao longo da vida e, finalmente, o vídeo. Observou-se que apenas seis, entre os 81 candidatos/as com campanhas em *sites* e/ou *blogs*, se autodeclaravam ou eram definidos como negros. Também nesse grupo étnico verificou-se a assimetria de gênero, com as candidaturas masculinas representando o dobro das femininas. Quatro candidatos negros disputavam a representação de Estados da Região Sudeste e os outros dois pelas unidades federativas do Norte e Nordeste. Além de numericamente pouco expressivos, só a metade desses/as políticos/as milita no movimento negro: Benedita da Silva, Janete Pietá e Carlos Santana, que são da Região Sudeste,[10] pertenciam ao PT e já haviam exercido outros mandatos como deputados federais. Dois deles, Janete Pietá e Carlos Santana, informaram em suas mídias que nas legislaturas anteriores lutaram para atender às demandas do movimento negro.

A escolaridade dos atores políticos com sítios na Internet não foi muito diferente daquela referente aos/às candidatos/as em geral e expressa o

---

[10] O quarto político negro do Sudeste era Sandro Silva Vitor Gonçalves (PMN/RJ) e os dois das regiões Norte e Nordeste eram Marcel Alexandre da Silva (PMDB/AM) e Jorge Luís Araújo Costa (PDT/BA).

gargalo existente no processo de eleição para a Câmara Federal: três quartos desses políticos concluíram a universidade. Observou-se, entretanto, que a proporção dos homens com curso superior e/ou pós-graduação é oito pontos percentuais superior à das mulheres.

Embora se verifique uma predominância das profissões liberais entre os/as políticos/as com presença na Internet, constataram-se diferenças nas áreas profissionais de acordo com o sexo.[11] As mulheres tendem a se concentrar em algumas atividades mais comumente associadas ao gênero feminino, predominando a de psicóloga, seguida, por ordem de importância, por advogada, deputada, veterinária, assistente social, agricultora, professora, dentista, publicitária e vereadora. Já os homens estão distribuídos em um leque mais amplo de carreiras profissionais, sendo que a mais citada foi a de advogado, seguida por professor, administrador de empresas, deputado, jornalista, engenheiro, contador, arquiteto, auxiliar administrativo, bancário, bombeiro, comerciante, corretor de imóveis, empresário, estudante, fotógrafo, médico, metalúrgico, petroleiro, publicitário, servidor público, vereador e veterinário.

Os dados do *survey* e dos sítios na web revelaram também que a metade dos candidatos do sexo masculino tinha familiares que exerceram ou exercem mandatos políticos ou dirigiram agremiações partidárias. Um dos casos mais emblemático é o de Antônio Carlos Magalhães Neto (DEM/BA), que é filho do ex-senador Antônio Carlos Magalhães Júnior (DEM) e neto do já falecido e importante político Antônio Carlos Magalhães (DEM). Já na configuração feminina foram encontradas alusões aos parentes com histórico de cargos públicos ou partidários em apenas três das 11 entrevistas, mas os levantamentos na web e no HGPE permitiram identificar outras candidatas com laços de parentesco com atores políticos. Esse é um dado importante, pois os estudos sobre a presença feminina nos Poderes Legislativo e Executivo sugerem que o casamento, a filiação e outros vínculos familiares podem servir de porta de entrada para algumas mulheres no mundo da política partidária e nas competições eleitorais brasileiras (GROSSI; MIGUEL, 2001; MACHADO, 2006). Na amostra da presente pesquisa, foram identificadas pelo menos três candidaturas femininas oriundas de famílias com grande capital político: a de Ana Arraes (PSB/PE), filha de Miguel Arraes e mãe do atual governador de Pernambuco, Eduardo Arraes; a de Rebecca Garcia (PP/AM), filha do ex-deputado federal

[11] A predominância de candidatos que exercem profissões liberais foi verificada também entre os 513 deputados eleitos e que assumiram o cargo em 2011 (DIAP, 2010).

Francisco Garcia (PP); e a de Maria Aparecida Borguetti (PP/PR), esposa do deputado federal e candidato derrotado ao senado Ricardo Barros (PP). Segundo os dados do HGPE, Ana Arraes teve inserções na televisão de 30 segundos e as de Maria Aparecida Borguetti duravam 26 segundos. O tempo de exposição dessas duas candidatas no HGPE revelou-se superior ao da maioria das candidaturas masculinas monitoradas em nosso estudo.

Deve-se mencionar ainda que o número de familiares com atuação nas estruturas partidárias é bem maior do que nos cargos públicos. Essa constatação é relevante, pois a presença de um membro do grupo familiar nas instituições partidárias pode ser muito útil não só no momento de recrutamento dos atores políticos para a disputa eleitoral, mas também na distribuição dos recursos de campanha, interferindo, portanto, nas chances de sucesso de candidaturas masculinas e femininas. Mais uma vez é preciso lembrar que a literatura especializada tem enfatizado a importância da instância partidária na construção das candidaturas e nas *performances* das mulheres políticas (ARAÚJO, 2011 e 2006; ARAÚJO; ALVES, 2007; AVELAR, 2001).

Com relação ao grau de parentesco dos que exerceram ou exercem esses cargos, foram encontrados, por ordem de frequência de citações nas entrevistas, os seguintes familiares: irmãos, pai/mãe, marido, primos, esposa, filhos, sobrinhos, avôs e tios.[12] Dois entrevistados registraram cargos familiares de diferentes graus de parentesco: Élcio José de Souza (PSB/AP) mencionou a atuação da mulher, irmãos, primos e sobrinhos em cargos públicos e de seu avô, tio e filhos na direção partidária; já Ivanildo Gomes Nogueira (PP/SP) relatou que seu pai e irmãos assumiram cargos nas instituições partidárias. Ainda que o resultado de um pleito eleitoral resulte de múltiplos fatores e que esses dois políticos não tenham conseguido se eleger, existe um consenso na ciência política local de que o parentesco com atores políticos constitui um capital importante em uma disputa eleitoral em nossa sociedade.

No que se refere à militância política, observou-se que quase a metade dos/as políticos/as com sítios na Internet não fez menção à participação em movimentos sociais, na luta armada dos anos 1960 e 1970, em associações profissionais, em entidades filantrópicas, ou mesmo nos partidos políticos antes da primeira disputa eleitoral. Isso não significa, contudo, que não tenham se inserido ou estejam ainda hoje engajados em ações

[12] Entre os eleitos em 2010, o Diap (2011) identificou 80 deputados com vínculos familiares entre si ou com outros nomes que atuaram ou já figuram na elite da política nacional.

movimentalistas. Ao cruzar as informações levantadas nas mídias com as que foram obtidas no *survey*, verificou-se que a militância é citada por mais da metade dos 34 entrevistados. Para esses/as candidatos/as, as experiências anteriores em organizações, movimentos ou partidos motivaram a entrada na competição eleitoral. Ademais, por terem ocupado ou ocuparem cargos de direção nesses coletivos, tais políticos/as consideravam a capacidade de liderança a característica pessoal principal para disputar o cargo de deputado federal.

De qualquer forma, entre os que divulgaram informações na web sobre a trajetória política anterior à primeira disputa eleitoral, verificou-se que as militâncias em movimento estudantil, sindical e partidária foram proporcionalmente bem maiores entre os homens do que entre as mulheres, e somente candidatos do sexo masculino destacaram os vínculos com movimentos revolucionários. Nos *blogs* e *sites* das mulheres, a militância social mais mencionada foi a dos movimentos de mulheres e/ou feminista, seguida, em ordem de importância, pelas atuações em associações sindicais, nos movimentos dos sem-terra, no movimento negro, nos movimentos religiosos e, só então, em agremiações partidárias e projetos sociais. Essa discrepância dos vínculos de homens e mulheres com os partidos sugere que as candidaturas femininas ressentem de uma militância mais orgânica que lhes dê uma base eleitoral. Ou seja, nas trajetórias políticas das mulheres, os vínculos com os movimentos da sociedade civil são proporcionalmente mais frequentes do que com as instituições partidárias.

Tabela 3
Candidatos à Câmara Federal selecionados que possuíam *sites*/*blogs*, por sexo, segundo militância divulgada na web – 2010

Militância	Mulheres	Homens	Total
Estudantil	1	10	11
Sindical	2	7	9
Feminista	4	0	4
Étnica	1	1	2
Social (MST)	2	0	2
Org. revolucionária	0	2	2
Partidária	1	6	7
Projetos sociais	1	2	3
Religiosa	2	2	4
Outros	0	3	3
Não informada	12	30	42
Total	**26**	**63**	**89**

Fonte: Pesquisa A Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010.

Considerando-se as informações do *survey*, constatou-se também que mais da metade dos/as candidatos/as atuou como dirigente de organizações na sociedade civil: 12 homens e sete mulheres. Por ordem de registros, apareceram ONGs, centros acadêmicos, associação sindical, movimentos sociais e associações profissionais. Elcio José de Souza Ferreira (PSB/AP), Luciano Pizzatto (DEM/PR), Erika Kokay (PT/DF) e Marina Pignatario Santanna (PT/GO) declararam ter assumido cargos em mais de uma associação civil. A proporção dos que seguem atuando nessas organizações é maior entre as mulheres (sete, das 11 entrevistadas) do que para os homens (cinco, dos 23 candidatos ouvidos).

Embora nem todos entrevistados tenham relatado a participação em cursos de formação política antes da primeira competição eleitoral, Benedita da Silva (PT/RJ) associou sua formação com as atividades desenvolvidas pelo movimento feminista junto às mulheres populares; Miriam Stoler Simões (PSDB/RJ), com as atividades do movimento estudantil e a faculdade frequentada; e Marina Pignatario Santanna (PT/GO), com os cursos oferecidos pela Igreja Católica e pelo sindicato. Já Arthur de Oliveira Maia (PMDB/BA), Lazaro Adelmo Mendonça (PMDB/GO) e Dennys Haddad Serrano (PSB/SP) mencionaram os cursos oferecidos pelas empresas onde atuaram, enquanto Jorge Luis Araujo Costa (PDT/BA) e Andre Vargas (PT/PR) fizeram referências ao sindicato e à faculdade, respectivamente.

É interessante registrar ainda que, apesar de apenas um pequeno número de entrevistados ter citado a militância em movimentos religiosos, mais de um terço dos atores políticos com campanha na web fez referências religiosas em seus sítios na Internet. Quatro homens e uma mulher declararam ter atuado nas pastorais e movimentos sociais ligados à Igreja Católica. A participação religiosa desses candidatos realizou-se de distintos modos e em diferentes momentos de suas vidas. No campo mais tradicionalista, Marcus Vicente (PP/ES) integrou o Movimento de Cursilho da Cristandade e a Pastoral Familiar; e Sandro Gonçalves (PMN/RJ) participou da fundação do Movimento Católicos em Ação, que desenvolve ações assistenciais em comunidades carentes do Rio de Janeiro. Já Nilmário Miranda (PT/MG) foi vinculado aos movimentos da Igreja que lutaram na contestação à ditadura militar; Luiz Sérgio de Oliveira (PT/RJ) fez parte da Ação Católica Operária e das Comunidades Eclesiais de Base – CEBs; e finalmente Luci Choinacki (PT/ SC), que também atuou nas CEBs, participou da criação da Comissão Pastoral da Terra – CPT, no seu Estado, do Movimento dos Sem Terra – MST e do Movimento das Mulheres Agricultoras, atualmente Movimento de Mulheres Camponesas.

De modo semelhante aos católicos, os candidatos evangélicos divulgaram na web a participação em eventos, encontros com lideranças e ações assistenciais realizadas pelas igrejas. Marcel Alexandre da Silva (PMDB/AM), que, além de pastor e do fato de ser casado com uma bispa da Igreja Ministério Internacional da Restauração, era vereador de Manaus, tinha como lema de campanha “Fé e trabalho: a força que vem do altar” e apresentava em seu *blog* citações bíblicas, entre as quais, “Deus constituiu política para a sua própria glória e o bem público”. Luiz Araújo Costa (PDT/BA) utilizou o *slogan* “Deus é fiel, valorize seu voto!” e dirigiu seu discurso aos “Cristãos, baianos e petroleiros”. Já a campanha virtual de Laércio José de Oliveira (PSDB/SE) lançou mão de fotos de sua participação em cultos na Igreja Presbiteriana.

O candidato da Igreja Evangélica Ministério da Fé, Virgílio Neto (PSDB/DF), relatou em sua biografia que distribui bíblias, colaborou na reconstrução de templos, fez doações para serviços assistenciais de outras igrejas e possui um centro social com o seu nome: o Instituto Virgilio Neto. Seguindo essa mesma linha de apresentação, André Vargas (PT/PR), candidato à reeleição, enfatizou o trabalho voluntário realizado por mais de 20 anos num albergue noturno, no qual passava doze horas por dia em função dos albergados, seja para levantar recursos para a manutenção, seja para “fazer leituras do Evangelho antes que o acolhido se alimentasse”. As candidatas pentecostais Lilian Sá e Benedita da Silva, assim como a mórmon Romanna Remor, mencionaram participação em atividades de organizações religiosas que agregam as mulheres, a partir de estruturas como a Organização das Moças, na Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias, a Sociedade Auxiliadora Feminina, na Igreja Presbiteriana, e o Chá de Mulheres, na Sociedade Bíblica do Brasil. Além disso, participavam de atividades de cunho assistencial, como campanhas para doações e mutirões que ultrapassam o espaço eclesial. Assim, a candidata Romanna Remor (DEM/SC) integra o grupo de voluntários “Mãos que ajudam”, que desenvolve campanhas de doações, e o “Eu faço a minha parte”, que reforma templos, sendo ambos ligados à Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias, da qual a candidata faz parte.

A biografia do candomblecista Emiliano José (PT/BA) apresentava textos e fotos sobre seu apoio e presença em terreiros existentes na Bahia, enfatizando que tem “representado sempre o candomblé nos meus mandatos parlamentares e quero prosseguir com isso. Muitos políticos têm medo de defender o candomblé. Nunca foi o meu caso. Sei que essa é uma religião de paz e acolhimento, que não pergunta

de onde você vem, e que ainda sofre muito preconceito. Por isso quero apoiar o povo de santo".

Três candidatos/as não informaram sua religião, mas utilizavam símbolos, citações bíblicas, orações e/ou faziam críticas aos religiosos mais liberais em seus sítios na Internet. Pablio Rebessi (PMDB/SP) ilustrou todas as páginas do seu *blog* com uma vela acesa com a inscrição "Deus acima de tudo". Rogério Farah (PT/MG) apresentava-se como: "sou filho da Luz, herdeiro da graça e fruto do amor, sou, por tudo isso, um apaixonado pela vida!" Ele veiculava orações agradecendo a Deus pela recuperação de sua saúde, pelo desempenho na campanha e pelas orações dos internautas: "recebam meus sinceros agradecimentos, além dos meus votos para que DEUS também os abençoe com saúde, paz e prosperidade!". Já o *blog* da candidata Rosangela Lima Rocha (PMDB/ BA) trazia orações para os eleitores e críticas à CNBB, à Teologia da Libertação, aos pastores evangélicos, bem como ao apoio de líderes religiosos a candidatos.

É importante registrar ainda que, embora as candidaturas masculinas tenham enfatizado mais a dimensão religião na web do que as femininas, os dados do *survey* revelaram que a metade das mulheres recebeu apoio de igrejas na competição legislativa. As católicas praticantes Rebecca Martins Garcia (PP/AM) e América Tereza Nascimento da Silva (PMDB/RJ), bem como a mórmon Romanna Giulia Remor (DEM/SC) e a "sem religião" Iriny Nicolau Lopes (PT/ES) declararam contar com apoio de membros de igrejas no comitê eleitoral e no trabalho de corpo a corpo junto aos eleitores. Além desse tipo de contribuição, pelo menos uma candidata, Marina Pignatario Santana (PT/GO), admitiu ter feito curso de formação política na Igreja Católica.

Embora a biografia de pouco mais da metade dos/as candidato/as com *blogs* e/ou *sites* só mencionasse o vínculo com um único partido político, constatou-se que a mobilidade partidária foi proporcionalmente maior no material da campanha digital dos candidatos do sexo masculino. Os que mais transitaram entre os partidos foram os candidatos Simão Sessim (PP/RJ), Marcus Vicente (PP/ES) e Elcio José de Souza Ferreira (PSB/AP), que passaram por oito, seis e quatro partidos, respectivamente. Entre as mulheres, foram identificados apenas três registros de mudança partidária: a candidata Zulaiê Cobra Ribeiro, 67 anos, de São Paulo, mencionou em sua biografia a passagem por dois partidos, PMDB e PSDB, antes da sua filiação ao DEM; a candidata Maria Aparecida Borghetti, 46 anos, do Paraná, informou que passou do PFL para o PP; e Liliam Sá, 50 anos, do Rio de Janeiro, explicou aos eleitores que, quando o PL deixou de existir,

ela foi com seus companheiros para o PR. As entrevistas revelaram, entretanto, que, além dessas três candidatas, Elenira Tatiana Chadub (GO) migrou do PCdoB para o PDT, América Tereza Nascimento da Silva (RJ) trocou o PT pelo PMDB e Andrea de Jesus Lambert (RJ) saiu do PDT e se filiou ao PMDB.

Percebe-se que, proporcionalmente, o número de mulheres filiadas há mais de dez anos no partido atual (seis, entre as 11 candidaturas femininas) é maior do que o de homens (11, entre os 23 candidatos). Além disso, apenas uma mulher, Andrea de Jesus Lambert (PMDB/RJ), candidatou-se com tempo de filiação inferior a dois anos, ao passo que cinco homens com menos tempo de filiação lançaram suas candidaturas, o que sugere que as mulheres necessitam de mais tempo de filiação e atuação nas agremiações partidária para então lançarem suas candidaturas.

A experiência na gestão pública foi destaque em mais de um quarto dos sítios monitorados na web, com os/as candidatos/as mencionando as passagens pelos cargos nas Secretarias municipais e estaduais, assim como nos Ministérios. A participação feminina nos cargos não eletivos revelou-se proporcionalmente superior à masculina, sugerindo que a ocupação de tais cargos pode ser uma via importante para a entrada das mulheres na competição eleitoral.

De qualquer forma, mais da metade dos/as candidato/as com sítios na Internet já havia exercido algum cargo eletivo nos níveis municipal, estadual e/ou federal: 33 tinham ocupado cadeiras na Câmara Federal, 23 foram vereadores/as e 21 exerceram o cargo de deputado/a estadual. Cinco homens atuaram como prefeitos de seus municípios e um foi vice-prefeito. Entre as mulheres, Benedita da Silva (PT/RJ), além de ter exercido o cargo de senadora, foi vice-governadora e governadora do Rio de Janeiro e Maria Dalva Souza Figueiredo, do PT, foi vice-governadora e governadora do Estado do Amapá, por um ano.[13]

O fato de parte significativa dos candidatos ter disputado a reeleição remete a aspectos da lógica do próprio sistema político-eleitoral brasileiro e, mais especificamente, da política partidária de recrutamento das candidaturas. Como indica a bibliografia, ser um/a parlamentar "se constitui em capital determinante" no processo de indicação dos nomes que integram a lista partidária, o que revela, também, certa inércia na lógica dessas instituições em nossa sociedade. Ou seja, procurando garantir seu

[13] Segundo o Diap (2011), no universo dos 513 deputados federais eleitos em 2010, 56% foram reeleitos e apenas 12% não exerceram cargo político eletivo anteriormente.

poder de influência nas casas legislativas, os partidos priorizam os que já têm capital político e impõem "requisitos difíceis de serem conquistados pelos *outsiders*. Ainda assim, os homens permanecem tendo bem mais chances do que as mulheres" (ARAÚJO; ALVES, 2007, p. 568).

No *survey* foi possível identificar também as justificativas desses atores e atrizes sociais para a entrada na política institucional. Os argumentos de caráter ideológico foram os mais mencionados, independentemente do sexo dos candidatos. Em seguida aparecem, por ordem de citações, entre as mulheres: experiência e militância social; participação em centros acadêmicos e movimentos de associação de moradores; militância no sindicalismo; envolvimento em uma causa específica; popularidade; e estímulo de familiares. Já entre os homens: participação como estudante em centros acadêmicos; no sindicalismo; experiência de participação/militância anterior; envolvimento numa causa específica; estímulo de familiares políticos;[14] e participação em grupos religiosos. Nesse sentido, chama atenção o fato de Marcelo Verly de Lemos (PSDB/RJ), que é evangélico pentecostal, ter mencionado sua inserção em grupos religiosos como um dos motivos de entrada na política, juntamente com a participação em movimento estudantil e as questões de ordem ideológica.

Os atributos de caráter político e pessoal foram os mais destacados pelos/as candidatos/as durante o período eleitoral, ainda que tenha sido verificado uso diferenciado no HGPE e nas mídias na Internet, por parte de homens e mulheres. Na propaganda eleitoral gratuita, observou-se ênfase no atributo pessoal e, em seguida, no político por parte dos candidatos de ambos os sexos, mas na web constata-se uma preocupação maior das mulheres em destacar suas experiências na esfera pública e, em particular, na política institucional. Nesse sentido, os papéis mais explorados pelas candidaturas femininas nos sítios da Internet foram: militante de movimentos sociais, em geral, e do movimento feminista,[15] em específico; mãe; profissional e esposa; dona de casa; representante da família; política; e integrante de uma comunidade religiosa. Ou seja, as mídias digitais, embora salientassem a atuação política e pública das

---

[14] Elenira Tatiana Lemos Chadub (PDT/GO), além de citar o estímulo de seus parentes, mencionou as razões ideológicas para entrar nas competições legislativas. Já os dois candidatos que registraram a influência de familiares políticos – Simão Sessim (PP/RJ) e Dennys Haddad Serrano (PSB/SP) – não apresentaram outros motivos para o engajamento nos partidos políticos e a participação nas disputas eleitorais.

[15] Embora nos *blogs* e *sites* se constate a vinculação dessas mulheres com movimentos sociais variados, observa-se que apenas um terço das mulheres apresentou laços com o movimento feminista.

candidatas, não deixavam de mencionar os papéis femininos tradicionais. Romanna Giulia Remor (DEM/SC) e Jane Pinto Oliboni (PP/RS) centraram-se nas suas experiências como mãe e esposa. Iriny Nicolau Lopes articulou diferentes experiências com a militância feminista, defesa das minorias étnicas e sexuais, deficientes físicos e jovens. Já os compromissos com os grupos evangélicos e a defesa da moral familiar foram encontrados no *blog* de Liliam Sá (PR/RJ).

No HGPE, enquanto as candidatas Maria Dalva de Souza Figueiredo (PT/AP), Erika Juca Kokay (PT/DF) e Marta Eliene Bezerra (PMDB/DF) referiam-se ao papel de dona de casa, Rosangela Lima Rocha (PMDB/BA), Marina Pignatario Santana (PT/GO) e Ana Lúcia Arraes Alencar (PSB/PE) exploravam o papel de mãe. Já Maria Aparecida Borghetti (PP/PR) procurou associar os papéis de esposa e defensora da família com o de mulher política.

Nos *sites* e *blogs* dos candidatos do sexo masculino foram identificados, por ordem de recorrência, os seguintes papéis: militante de movimentos sociais; defensor da moral; profissional, político, pai e representante da família. Já no HGPE, embora poucos tenham mencionado um papel específico, observou-se predominância do político com cargo eletivo e, em seguida, defensor da moral. Esse último foi explorado pelos candidatos Luciano Pizzatto (DEM/PR), Antônio Biscaia (PT/RJ) e Abdala Abi Faraj (PP/SC).

Parte significativa dos sítios dos candidatos do sexo masculino destacava a experiência de vida ou uma característica pessoal, com alguns se colocando como defensores da ética. No primeiro caso, verificou-se que são os candidatos em início de carreira política os que mais lançam mão das histórias pessoais, enfatizando ora “a infância sofrida e pobre”, como Jorge Rodrigo Santana (PDT/SP), ora as passagens pelas profissões pouco valorizadas na sociedade, como a de engraxate mencionada por Pablio José Rebessi (PMDB/SP). No que se refere à defesa da ética, observou-se o enaltecimento de suas próprias condutas e práticas políticas, com os candidatos colocando-se contrários à corrupção eleitoral e política. Foram constatadas também referências de caráter religioso, embora essas últimas fossem menos frequentes do que as anteriores. De qualquer maneira, observou-se a tendência de os candidatos explorarem a religião de forma mais abstrata, quase sempre associada com discursos da busca do “bem comum”, “defesa dos princípios cristãos” e dos “valores basilares de qualquer civilização”, sem evocar diretamente temas polêmicos.

Agenda política e representação de interesses

A plataforma política apresentada nos sítios dos/das candidatos/as também foi mediada pelo gênero. No *ranking* dos temas mais citados nos *blogs* e/ou *sites* das mulheres apareceram, em ordem decrescente: direito da mulher; criança; saúde; transporte; e violência contra a mulher. Já entre os homens, as questões mais exploradas foram: educação; saúde; esporte; emprego; e transporte. Temáticas econômicas ou relacionadas à legislação eleitoral, à qualificação profissional e à corrupção só apareceram nos sítios da Internet dos candidatos do sexo masculino, enquanto a desigualdade de gênero, a participação feminina no mercado de trabalho e na política, assim como a Lei Maria da Penha, a licença maternidade e a proposta de criminalização da homofobia foram tópicos tratados apenas pelas mulheres, conforme o Quadro 1.

Quadro 1
***Ranking* dos temas mais citados nos textos dos *blogs* e/ou *sites*, segundo candidaturas femininas e masculinas**

	Candidaturas femininas	Candidaturas masculinas
1	Direito da mulher	Educação
2	Criança	Saúde
3	Saúde	Esporte/cultura/lazer
4	Transporte	Emprego
5	Violência contra a mulher	Realizações; transporte
6	Educação	Outros direitos
7	Segurança pública; realizações; desigualdade de gênero; outros direitos	Criança; Lei eleitoral "Ficha Limpa"; economia
8	Esporte/cultura/lazer; religião; Lei Maria da Penha; participação feminina na economia/política	Habitação; religião
9	Creche; família; infraestrutura; violência; política de cotas; Decreto ou Lei referente à licença maternidade	Combate à corrupção; legislação em geral
10	Habitação; lei eleitoral; Projeto de Lei contra a homofobia	Qualificação pessoal

Fonte: Pesquisa A Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010.

No HPGE, um quarto dos/as candidatos/as não fez sequer alusão aos temas que compõem suas agendas políticas e metade dos/as políticos/as que exploraram suas plataformas não trabalhou as questões de ordem econômica, social ou política. Assim, o leque de temas revelou-se mais estreito no horário de propaganda eleitoral gratuito do que na web. De qualquer maneira, a agenda dos candidatos do sexo masculino apresentava maior variedade de temas (19) do que a das mulheres (13). As

questões de infraestrutura, emprego, temas morais, centro social, esporte/cultura/lazer foram exploradas apenas por candidaturas masculinas. Já as questões relativas à desigualdade de gênero, participação feminina no mercado de trabalho e na política, assim como a Lei Maria da Penha, a licença maternidade e a proposta de criminalização da homofobia foram tratadas somente pelas mulheres, no HPGE.

Deve-se mencionar ainda que, embora a temática do aborto tenha sido amplamente explorada pelos grupos religiosos na campanha para a Presidência da República, poucos foram os candidatos à Câmara Federal que se engajaram no debate em questão por meio das mídias digitais. André Vargas foi o quadro político mais importante do PT a assumir sua participação ativa na Frente Parlamentar em Defesa da Vida e sua posição de divergência em relação à proposta de revisão da legislação contida no Plano Nacional de Direitos Humanos 3, apresentado por Lula no final de 2010. Esse candidato católico divulgou também notícias de seus encontros com as lideranças religiosas do Paraná para tratar do tema e, poucos dias antes da primeira rodada eleitoral, postou em seu *blog* declarações de que o seu partido não punia os filiados contrários à legalização do aborto.

O candidato Lázaro Adelmo Mendonça, do PMDB de Goiás, se apresentava aos eleitores da seguinte forma na página inicial do seu *blog*: *"(A)dvogado – Ética na política; (B)ancário – pela aprovação do PL 512; (C)atólico – contra o aborto".* O *site* do candidato Thiago Matias, do DEM de Goiás, divulgou a seguinte declaração: *"assumi desde o primeiro dia de campanha o compromisso na defesa da vida. E isso não tem nada a ver com política. Essa é a posição que sempre defendi e quem me conhece sabe*". No final da declaração, este candidato, fornecia o *link* para o *site Brasil sem aborto*, que divulgava a lista dos *"candidatos que se comprometeram com a defesa da vida".* Já o *blog* da candidata Rosangela Lima Rocha, do PMDB da Bahia, trazia o seguinte texto:

> [...] Jesus é meu Deus e só votarei num político que respeite as atribuições que Deus deu ao Estado. [...] Enquanto Deus criou a vida e o casamento natural, o Estado baalista criou o aborto legal e o anti-natural "casamento" homossexual. [...] O Estado laico, em toda a sua arrogância laica, estabelece que toda atividade e expressão de Deus seja confinada às quatro paredes dos templos religiosos e às quatro paredes dos lares dos religiosos. Entretanto, o Estado laico estabelece somente para si direitos e liberdade de atividade e expressão na esfera política e social – inclusive para grupos religiosamente humanistas, abortistas, homossexualistas, ocultistas, socialistas, etc.

A maioria dos/as políticos/as não divulgou o programa de seus partidos em seus sítios na Internet. Apenas quatro mulheres e três homens tiveram esse cuidado de apresentar o conteúdo programático de suas agremiações. Assim, se em comparação com os homens as candidatas utilizaram menos os símbolos partidários e pouco se apresentam em reuniões políticas ou acompanhadas de líderes dos partidos, a divulgação dos programas partidários nos *sites* ou *blogs* foi proporcionalmente maior entre candidaturas femininas, com destaque para as do PMDB do Rio de Janeiro: América Tereza Nascimento da Silva, Andréa de Jesus Lambert e Solange Almeida. Além dessas candidatas, só Luci Teresinha Choinacki (SC) demonstrou preocupação de postar o programa do PT na sua mídia. Deve-se indagar, entretanto, até que ponto a divulgação desse material resulta da orientação das lideranças do PMDB do Rio de Janeiro e do fato de o sítio da candidata Luci Teresinha encontrar-se no *site* do seu partido político (PT), ou do comprometimento individual dessas candidatas com o programa partidário? Nos sítios das candidaturas masculinas, foram identificados os programas partidários do PSOL, DEM e do PV, que foram veiculados, respectivamente, por Mauricio Costa de Carvalho (SP), Antonio Carlos Magalhães Neto (BA) e Antonio Roberto Soares (MG).

Metade dos/as candidatos/as destacou sua atuação na representação de um grupo específico da sociedade civil brasileira. Nos sítios das candidaturas masculinas, os candidatos apareciam como representantes de uma categoria profissional, dos aposentados e de região geográfica, vindo a seguir uma pulverização nas representações de outros grupos e/ou movimentos, tais como étnico, sindicato, jovens, feminismo, igreja, empresariado, movimento LGBT. Nas mídias das candidaturas femininas, observou-se maior concentração em torno da representação dos movimentos de mulheres e feminismo, seguida por grupo ou movimento étnico, jovens, deficientes físicos e movimento LGBT. Apenas Erika Kokay (PT/DF) se apresentou como representante de sindicato e informou em sua biografia que foi secretária geral da Confederação dos Bancários.

A maior associação das candidaturas masculinas com os grupos de interesse ligados ao mundo do trabalho e às regiões geográficas converge com o atributo político explorado por esses candidatos, que parecem estar apresentando uma resposta às suas bases de apoio, sejam as profissionais ou as de caráter geográfico. Enquanto representantes de regiões podem ainda, por um lado, defender necessidades específicas de algumas áreas e, por outro, guardar relação com práticas políticas ligadas às promessas locais e aos redutos eleitorais, que marcam a história da política brasileira.

Já no HGPE, apenas um quarto dos candidatos do sexo masculino deixou claro os interesses que pretendiam defender no Congresso Nacional, colocando-se como porta-voz de uma categoria profissional e/ou sindicato (Lazaro Mendonça, PMDB/GO, Eliseu Lemos Padilha, PMDB/RS, Jerônimo Pizzolotto Gorgen, PP/RS, e Airton Sudbrak, PT/SC), dos jovens (Antônio Carlos Magalhães, DEM/BA, e Airton Sudbrak, PT/SC), de uma região geográfica (Cláudio Castanheira Diaz, PSDB/RS, e Jerônimo Pizzolotto Gorgen, PP/RS) e dos aposentados (Airton Sudbrak, PT/SC).

Nesse mesmo espaço das propagandas eleitorais, apenas um terço das mulheres aqui investigadas fez referências aos segmentos sociais que pretendiam representar, sendo que o leque desses segmentos é mais reduzido do que o dos homens. Em primeiro lugar aparece o grupo dos deficientes físicos (Jane Andreola Olibani, PP/RS, Luci Choinacki, PT/SC, e Mara Gabrilli, PSDB/SP), seguido pelo movimento de mulheres (Rebeca Garcia, PP/AM, e Luci Choinacki, PT/SC) e o de trabalhadores de determinado ramo profissional (Solange Amaral, DEM/RJ).

Sinteticamente, candidatos de ambos os sexos deram atenção, em suas apresentações, à atuação na esfera pública e em especial no campo profissional, embora a ênfase nas atividades públicas seja proporcionalmente maior entre os homens. Nessa configuração, além da experiência profissional, constatou-se que os candidatos recorrem aos papéis do legislador e da liderança social em suas apresentações. Poucos foram os que exploraram as funções desempenhadas no mundo privado: cinco candidatos fizeram menção ao papel de pai e três se colocaram como defensores e/ou representantes da família – Thiago Machado Matias (PMDB/GO), Marcel Alexandre da Silva (PMDB/AM) e Jorge de Oliveira(PR/RJ). A ideologia familista marca fundamentalmente a agenda política desse último político, que é católico e propôs, durante o período eleitoral, a criação da "*Escola de Pais" ou de "uma instituição a serviço da família, resgatando o convívio saudável, promovendo suporte emocional e estrutural nos bairros de periferia e/ou de risco".* Quatro candidatos – Marcel Alexandre da Silva, (PMDB/AM), Rogério Farah (PT/MG), Antônio Carlos Biscaia (PT/RJ) e Severino de Souza Filho (PSB/PR) – assumiram o papel de defensores da moral e um deles relacionou isso com o fato de ser pastor evangélico.[16]

Entre as mulheres, verificou-se que a proporção daquelas que destacaram a atuação pública foi similar à das candidatas que enfatizaram a condição feminina: dois terços da amostra. Este dado expressa novamente

[16] Marcel Alexandre da Silva (PMDB/AM).

a mediação de gênero, visto que o questionamento das representações hegemônicas e do lugar social de homens e mulheres nas diferentes esferas da sociedade brasileira foi basicamente realizado pelas lideranças políticas do sexo feminino, historicamente alijadas das competições eleitorais. Depois da experiência profissional, o papel mais destacado pelas mulheres foi o de liderança social, corroborando o argumento da grande importância dos movimentos sociais na formação de lideranças femininas para o campo político. De qualquer maneira, cinco candidatas utilizaram o papel de mãe de família, cinco se apresentaram como esposas e três como defensoras da família – Erika Juca Kokay (PT, DF), Liliam Sá (PR/RJ) e Miriam Stolear Simões (PSDB/ RJ).[17] Deve se registrar, entretanto, que as mulheres que recorreram aos papéis femininos tradicionais na apresentação de suas biografias procuraram articulá-los com as atuações no âmbito profissional e com a militância social, por meio de construções discursivas do tipo "além de mãe, esposa... é profissional...". Essas formulações expressam de maneira clara os desafios enfrentados por aquelas que se enveredam pelas vias da política institucional e se veem obrigadas a conciliar sua atuação na esfera pública com as tarefas socialmente atribuídas às mulheres, ou seja, o cuidado familiar e as atividades domésticas.

Considerações finais

À guisa de conclusão, é interessante traçar um paralelo entre a distribuição de votos no conjunto mais amplo das 260 candidaturas sorteadas para compor a amostra do Consórcio Bertha Lutz e aquela identificada na configuração dos que fizeram campanha em sítios da Internet. Afinal, ter *site* ou *blog* influencia no resultado eleitoral, ampliando as chances de sucesso dos atores políticos? De início, deve-se registrar que, do total de votos recebidos pelos candidatos que compunham a amostra sorteada, 71% direcionaram-se às candidaturas masculinas e 29% às femininas. No entanto, as mulheres, para serem eleitas, necessitaram concentrar mais votos do que os homens, conforme mostra a Tabela 4. Dito de outro modo, as 14 políticas eleitas obtiveram 75% do total de votos dados às mulheres, ao passo que 68% do total de votos direcionados aos homens foram distribuídos entre 31 candidatos do sexo masculino eleitos. Com isso, pode-se afirmar que a competição foi maior entre as mulheres, verificando-se, ainda, uma concentração de votos em torno de algumas candidaturas, elemento que será retomado à frente.

[17] A ênfase nos papéis relacionados à instituição familiar parece ter relação com a religião desses/as candidatos/as e foi explicitada nas mídias de Jorge de Oliveira, Marcel Alexandre da Silva e Liliam Sá.

Tabela 4
Distribuição de votos recebidos pelos candidatos selecionados, por sexo, segundo presença de sítio na Internet e situação de eleição – 2010

Presença de sítios e situação de eleição	Mulheres		Homens		Total
	Votos	%	Votos	%	
Votos dos 260 candidatos	2.057.851	29,0	4.993.141	71	7.050.992
Votos dos 81 candidatos com sítios	1.634.506	79,4	3.681.324	74	5.315.830
Votos dos 179 candidatos sem sítios	423.345	20,6	1.311.817	26	1.735.162
Votos dos eleitos	1.539.228	75,0	3.406.365	68	4.945.593
Votos dos não eleitos	518.623	25,0	1.586.776	32	2.105.399

Fonte: Pesquisa A Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010.

Da configuração composta pelos 58 homens que tinham *site* e/ou *blog*, 21 foram eleitos, ao passo que, entre os 80 candidatos que não usaram essas mídias digitais, apenas dez se elegeram. No que se refere às mulheres, das 23 que fizeram campanhas na Internet, praticamente a metade (11) foi eleita e, entre as 97 que não dispunham dessas mídias, apenas três conseguiram ingressar na Câmara Federal. Esses números sugerem que a chance de eleição dos homens que fazem uso dessas mídias digitais é duas vezes maior do que a daqueles que não utilizam tal recurso na campanha eleitoral. Já no que tange às mulheres, essa chance de sucesso é três vezes superior em relação àquelas que não dispõem desse tipo de mídia. Entretanto, deve-se ponderar que, como o nível de engajamento dos partidos e grupos de pressão no ciberespaço é ainda relativamente baixo no Brasil, o número de acessos de eleitores é muito pequeno nas mídias digitais dos políticos para influenciar as chances de sucesso eleitoral (COUTINHO; SAFATLE, 2009). Ou seja, ainda que se trate de recursos novos dos que se aventuram na política eleitoral, os *sites* e *blogs* são também, na maioria das vezes, desdobramentos de um capital político construído no exercício de um mandato eletivo anterior. Basta lembra que todos os que tinham *sites* e, ou *blogs* e foram eleitos, independentemente do sexo, já eram políticos com passagens em casas legislativas municipais, estaduais e/ou federal.

Outras condições contribuem para os resultados eleitorais. No caso das mulheres que tinham sítio na web, o resultado positivo da eleição aparece associado ao pertencimento a grandes partidos. Afinal, a metade das candidatas eleitas pertence ao PT, duas ao PMDB, duas ao PP e as outras três ao PSDB, PSB e PR. Pertencer a determinado partido pode ser elemento que favorece o sucesso eleitoral, e nem sempre os partidos que congregam maior número de mulheres e/ou lançam mais candidatas são os

que mais elegem mulheres. De acordo com relatório sobre as candidaturas à Câmara Federal, elaborado pelo Cfemea (2010), existe uma tendência de os partidos considerados de esquerda recrutarem mais mulheres do que os de centro e de direita, o que se confirma tanto para os cargos majoritários quanto para os proporcionais, uma vez que PCO (33,3%), PCdoB (26,2%), PMN (25%), PSTU (23,5%) e PTB (23,4%) foram os partidos que, proporcionalmente, apresentaram mais candidaturas femininas. No entanto, segundo estatística referente a homens e mulheres eleitos por partidos para o Executivo e o Legislativo, entre as referidas agremiações que lançaram mais candidaturas femininas, apenas o PCdoB (32,35%) e o PTB (7,27%) elegeram mulheres.[18]

Tratando a questão de modo geral, os piores resultados eleitorais para as mulheres foram registrados nos Estados do Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Sergipe, que, de acordo com dados do TSE,[19] não elegeram nenhuma mulher para a Câmara Federal. Segundo a mesma fonte de pesquisa, no *ranking* de eleitas por Estado, em termos absolutos, São Paulo aparece em primeiro lugar, com seis deputadas, seguido por Rio de Janeiro e Espírito Santo, com quatro deputadas em cada um, Amapá, com três, outros sete Estados, com duas eleitas em cada um, e as demais unidades federativas com apenas uma mulher deputada. Assim, verifica-se que a Região Sudeste concentra o maior número de mulheres eleitas, sendo que, proporcionalmente, o Estado que elegeu a maior bancada feminina foi o Espírito Santo, pois, dos seus dez representantes atuais na Câmara Federal, quatro são mulheres (três reeleitas e uma em primeiro mandato).

Na amostra sorteada, ou seja, relativa a 260 candidatos e não apenas aos que possuem *site* e/ou *blog*, constata-se que os melhores resultados para as mulheres ocorreram nos Estados do Amapá, com três eleitas, e em São Paulo e Rio de Janeiro, com duas deputadas em cada um.[20] Em distritos eleitorais menores, como o Amapá, pode haver maiores chances para as mulheres, pois são necessários menos votos. Entre as eleitas deste Estado, a mais votada obteve pouco mais de 20 mil votos e a menos votada pouco mais de 14 mil votos, ao passo que as eleitas mais e menos votadas, no Rio de Janeiro, tiveram, respectivamente, cerca de 70 mil e 30 mil votos e, em São Paulo, em torno de

[18] Estatística apresentada pelo *site* <http://www.maismulheresnopoderbrasil.com.br/>.

[19] Obtidos em 01 de dezembro de 2010.

[20] Foram eleitas pelo Amapá: Maria Dalva de Souza Figueiredo, PT; Marcivania do Socorro da Rocha Flexa, PT; e Fátima Lucia Pelaes, PMDB. Por São Paulo, Janete Rocha Pietá, PT e Mara Cristina Gabrilli, PSDB. E pelo Rio de Janeiro, Benedita da Silva, PT e Liliam Sá de Paula, PR.

160 mil e 144 mil votos. Além disso, no Amapá, uma das candidatas assumiu uma das vagas deixadas por candidatos considerados inelegíveis pela Lei da Ficha Limpa – LC nº 135, de 4 de junho de 2010.

Nesse sentido, vale lembrar a tese levantada por Araújo e Alves (2007) de que os distritos eleitorais de alta magnitude tendem a pesar trajetórias políticas mais sólidas, existindo, em consequência, maior cobrança ou expectativa do eleitorado em relação a certos tipos de competências. Além disso, pela diversificação da oferta, se fazem necessários investimentos maiores dos candidatos e partidos, tanto na forma de capital financeiro, como em termos de outros recursos, tais como redes de apoio e estrutura partidária. Desse modo, nos distritos menores, com menor número de vagas em disputa, as mulheres tendem a se candidatar mais e a ter maior possibilidade de resultados positivos.

Ademais, se articulam e contribuem para o sucesso nas urnas aspectos biográficos das eleitas, como o fato de ser anteriormente deputada e o parentesco com políticos. Isto chama atenção ao se considerar que, das 14 candidatas eleitas da amostra sorteada, as que obtiveram maior votação foram Ana Lúcia Arraes de Alencar (PSB/PE), que tinha *blog* e *site* e obteve mais de 380 mil votos, e Íris de Araújo Rezende Machado (PMDB/GO), que não lançou mão nem do *site* nem do *blog* como ferramentas de campanha, mas recebeu mais de 180 mil votos. A primeira, além de candidata à reeleição, vem de uma família com grande capital político e fez sua campanha associada à do seu filho Eduardo Campos, que disputava a reeleição para governador de Pernambuco. Já Íris de Araújo Rezende Machado, esposa do político Íris Rezende, que, desde a década de 1960 venceu várias eleições, foi senadora por duas vezes, deputada federal e, em 2004, disputou as eleições como vice-presidente. Ou seja, a explicação das performances eleitorais deve contemplar dimensões que vão das biografias e trajetórias até a utilização de novas formas de comunicação com o eleitor na Internet, passando, é óbvio, pela proporcionalidade e a magnitude do distrito eleitoral e do partido pelos quais se candidatam mulheres e homens.

Referências

ALDÉ, A.; ESCOBAR, J.; CHAGAS, V. A febre dos blogs na política. **Revista Flamecos**, Porto Alegre, n. 33, ago. 2007.

ALDÉ, A.; CHAGAS, V. Blog de política e identidade jornalística. **Pauta Geral**, Salvador, Ano 12, n. 7, 2005.

ALVARES, L. **Mulheres na competição eleitoral, seleção de candidaturas e o padrão de carreira política no Brasil**. Tese (Doutorado). Rio de Janeiro, IUPERJ, 2004.

AVELAR, L. **Mulheres na elite política brasileira**. São Paulo: Fundação Konrad Adenauer, Editora da Unesp, 2001.

ALVES, J. E. D. et al. A mulher nas eleições de 2004: avaliação da política de cotas no Brasil. In: XXV CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE SOCIOLOGÍA. Porto Alegre, 22 a 26 de agosto de 2005.

ARAÚJO, C. Mídia, legitimidade eleitoral e mulheres na política. **Interseções** – Revista de Estudos Interdisciplinares, Ano 9, n. 2, p. 365-395, 2007.

________. Quotas for women in the brazilian legislative system. **The implementation of quotas**: Latin American experiences. Stockholm: International Institute for Democracy in Electoral Assistance, 2003, p. 72-86,.

________. Potencialidades e limites da política de cotas no Brasil. **Revista Estudos Feministas**, Ano 9, p. 231-252, 2001. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ref/v9n1/8613.pdf>. Acesso em: 21 mar. 2011.

________. **Cidadania incompleta**: o impacto da Lei de Cotas sobre a representação política das mulheres no Brasil. Tese (Doutorado). Rio de Janeiro, IFCS/UFRJ, 1999.

ARAÚJO, C.; ALVES, J. E. D. impactos de indicadores sociais e do sistema eleitoral sobre as chances das mulheres nas eleições e suas interações com as cotas. **Dados** – Revista de Ciências Sociais, v. 50, n. 3, 2007.

CFEMEA. **Relatório técnico de atividades Consórcio Bertha Lutz**, nov. 2010. Mimeografado.

CONSÓRCIO BERTHA LUTZ. **Proposta para a implementação de estudo sobre a participação das mulheres no processo eleitoral de 2010**. Rio de Janeiro, 2010 .

COUTINHO, M.; SAFATLE, V. A internet e as eleições municipais em 2008: o uso dos sítios eletrônicos das comunidades na eleição paulistana. **Revista de Sociologia e Política**, v. 17, n. 34, Curitiba, out. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rsocp/v17n34/a09v17n34.pdf>. Acesso em: 08 nov. 2010.

DIAP. Deputados novos e reeleitos. Disponível em: <http://www.diap.org.br/images/stories/novos-reeleitos-final.pdf>. Acesso em: 13 dez. 2010.

________. DIAP identifica parentesco político dos eleitos em 2010 ao Congresso. Disponível em: <http://www.diap.org.br/index.php/noticias/agencia-diap/14640-diap-identifica-parentesco-políticos>. Acesso em: 02 mar. 2011.

________. Eleições 2010: bancada feminina aumenta de 55 para 57 no Congresso. Disponível em: <http://www.diap.org.br/index.php/noticias/agencia-diap/14616-eleicoes-2010-bancada-feminina>. Acesso em: 02 mar. 2011.

________. Só 12% dos deputados que tomam posse são estreantes na política. Disponível em: <http://www.diap.org.br/index.php/noticias/agencia-diap/15591-apenas-12-dos-deputados>. Acesso em: 02 mar. 2011.

GROSSI, M. P.; MIGUEL, S. M. Transformando a diferença: as mulheres na política. **Revista Estudos Feministas**, Santa Catarina, CFH/CCE/UFSC, v. 9, n. 1, p. 167-206, 2001.

MACHADO, M. das D. C. **Política e religião**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2006.

ROGRIGUES, A. **Mulheres**: movimentos sociais e partidos políticos. Brasília: Cfemea, 2001. Disponível em: <http://www.cfemea.org.br>.

PORTAL DA CÂMARA DOS DEPUTADOS. Conheça os deputados. Disponível em: <http://www2.camara.gov.br/deputados/pesquisa>. Acesso em: fev. 2011.

PORTAL MAIS MULHERES NO PODER. Estatística das eleitas e eleitos por partidos para o Executivo e o Legislativo – Eleições 2010. Disponível em: <http://www.maismulheresnopoderbrasil.com.br/dados/tabela_de_eleitas_e_eleitos_Eleicoes_2010.pdf>. Acesso em: 22 fev. 2011.

Dinheiro e sexo na política brasileira: financiamento de campanha e desempenho eleitoral em cargos legislativos

Teresa Sacchet*
Bruno Speck**

A relação entre financiamento e desempenho eleitoral constitui um tópico central para considerar os níveis de igualdade política entre grupos. Sartori (1992) argumenta que o equilíbrio de recursos entre os partidos é um fator essencial para o bom funcionamento da democracia. Uma situação de paridade entre os gastos de campanha dos candidatos seria, neste sentido, também uma condição democrática em sistemas eleitorais de representação proporcional de listas abertas como o brasileiro, em que os candidatos disputam individualmente votos junto ao eleitor. Assim como o direito de votar e ser votado é um princípio importante da cidadania política, a igualdade de oportunidade na disputa pelo voto é um dos requerimentos para a efetivação da democracia eleitoral. No entanto, processos eleitorais são marcados pela desigualdade de disputa entre os candidatos e tendem a favorecer membros de certos grupos enquanto descriminam outros.

Um dos fatores marcantes das esferas político-representativas brasileiras é a baixa presença de representantes do sexo feminino. Como já constatado em diferentes estudos, isto se deve, em grande medida, ao pequeno número de mulheres que são selecionadas como candidatas pelos partidos. Certamente um percentual baixo de candidaturas femininas oferece um leque menor de opção para a escolha dos eleitores, resultando, consequentemente, num reduzido número de mulheres eleitas. Porém, a explicação para a visível sub-representação feminina no país não se reduz ao número de mulheres que logram concorrer às eleições, pois este,

* Doutora em Ciência Política pela Universidade de Essex na Inglaterra e pesquisadora do Núcleo de Pesquisa de Políticas Públicas da USP e do Centro de Estudos de Opinião Pública da Unicamp.
** Doutor em Ciência Política pela Universidade de Freiburg na Alemanha, professor de Ciência Política na Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e pesquisador do Centro de Estudos de Opinião Pública (Cesop), da Unicamp.

embora pequeno, é significativamente superior ao número de eleitas. Nas últimas eleições, por exemplo, as candidaturas femininas ao cargo de deputado federal somaram mais que o dobro do número de mulheres eleitas.

As mulheres no Brasil estão sub-representadas tanto em posições majoritárias quanto proporcionais, porém, é nas últimas que o número delas é ainda mais reduzido. Este dado contradiz argumentos de diferentes autores sobre a vantagem do sistema proporcional com relação ao majoritário no que tange à eleição de mulheres (MATLAND, 2005; NORRIS, 1993; RULE, 1994; ZIMMERMAN, 1994), mas corrobora um dos argumentos centrais deste capítulo, qual seja, o de que, para aumentar o número de mulheres eleitas em sistemas proporcionais com as características do brasileiro, não basta aumentar o número de candidaturas femininas, mas é necessário focar nas condições de disputa. Uma das principais vantagens do sistema proporcional sobre o majoritário, segundo os autores citados, deve-se ao fato de que, em eleições proporcionais, o número de vagas é maior, fazendo com que as disputas por candidaturas sejam menos acirradas. Os partidos políticos, por sua vez, buscam diversificar suas listas com candidatos de diversas procedências, tendo em vista atrair votos de diferentes setores da população. Estes dois fatores seriam favorecedores de uma seleção maior de mulheres candidatas, o que conduziria a um aumento no número de eleitas. No caso brasileiro, porém, cujo sistema de representação proporcional funciona por meio de listas abertas, a busca pelo voto e por recursos é essencialmente uma responsabilidade dos candidatos, favorecendo aqueles mais bem articulados em redes que conduzem à mobilização de recursos eleitorais.

Entre as mulheres dos partidos, é consensual o argumento de que elas disputam as eleições em desigualdade de condições com os homens. Um dos obstáculos centrais identificados em entrevistas refere-se ao desequilíbrio entre o financiamento de campanhas masculinas e femininas (dados de entrevista a um dos autores). Na opinião das entrevistadas, as mulheres têm menos recursos próprios para investir na fase inicial das campanhas, sendo que a desigualdade se acentua no decorrer das mesmas, na medida em que os homens recebem mais incentivo financeiro da iniciativa privada e dos partidos. Para aumentar o número de mulheres eleitas seria, portanto, necessária a construção de condições mais equânimes de disputa eleitoral entre mulheres e homens.

Vários autores destacam a importância dos recursos financeiros em processos eleitorais (BALLINGTON, 2003; BRITTO, 2009; SAMUELS, 2001, 2003; SACCHET; SPECK, 2010a, 2010b; SPECK, 2005). No caso brasileiro,

uma assertiva comum diz respeito à influência preponderante da iniciativa privada, que responde pelo montante mais expressivo do financiamento das campanhas. A inexistência de um teto para gastos de campanha incentiva a articulação entre empresários e candidatos, o que favorece este predomínio, compromete o processo político posterior e torna a disputa pelo voto um jogo profundamente desigual.

Os recursos financeiros não influenciam apenas o resultado eleitoral, mas também o processo de definição das candidaturas. Um primeiro crivo na seleção de candidatos, ou na decisão de concorrer como tal, são os recursos financeiros, os quais podem suceder tanto da condição social dos candidatos, como da sua articulação com agentes financiadores – via de regra estas dimensões estão conectadas. A renda, ou bens, do candidato, por exemplo, como visto no artigo sobre bens dos candidatos neste livro, está associada à importância do cargo ao qual ele irá disputar a vaga. Cargos majoritários tendem a ser concorridos por candidatos mais ricos do que cargos proporcionais.

Outros fatores importantes, tanto para a candidatura quanto para o voto, são os capitais político e social do candidato. O primeiro, se reduzidamente definido como o histórico político do candidato, ou simplesmente como reeleição, é identificado como um dos fatores mais impactantes das chances de os candidatos se elegerem (ARAUJO; ALVES, 2007; SAMUELS, 2003); o segundo, particularmente quando de um tipo público, torna-se um meio pelo qual são formadas redes que favorecem a ligação com financiadores, ou com atores políticos influentes, que aportam recursos para as campanhas dos candidatos (SACCHET, 2009). Tanto o capital político como o social do tipo público estão positivamente correlacionados ao financiamento eleitoral. Candidatos com mais acesso a estes recursos terão maior facilidade para arrecadar fundos de campanha. Em termos gerais, as mulheres carecem tanto de capitais político e social do tipo público, quanto de recursos financeiros pessoais, fazendo com que elas entrem no processo político em desigualdade de condições com os homens.

No Brasil, o tópico do financiamento eleitoral tem sido tratado a partir de um foco na questão da corrupção, a qual se efetuaria pela articulação estreita entre doadores das empresas e representantes em períodos eleitorais. Poucos estudos, porém, enfocam de forma sistemática as consequências desta relação para o princípio da igualdade política e o seu impacto sobre a inclusão de homens e mulheres no processo de tomada de decisão política. Este será o tema central do presente trabalho. Assim, a partir de dados do TSE, são analisadas as possíveis diferenças na arre-

cadação de fundos de campanha de homens e mulheres e apresentado um perfil das suas receitas, considerando-se tanto a composição como a distribuição de recursos a partir de diferentes fontes de financiamento. A análise também incorpora um detalhamento sobre o financiamento eleitoral de homens e mulheres nos principais partidos e Estados. O objetivo principal é averiguar em que medida os recursos financeiros de campanha ajudam a entender o baixo desempenho eleitoral das mulheres. O estudo refere-se, primordialmente, às eleições de 2010, mas, para fins de comparação, apresentam-se também dados sobre o pleito de 2006.

A análise inclui informações sobre disputas proporcionais e majoritárias, porém, seu foco recai nas primeiras, em que a variável sexo tem maior impacto. Ao serem selecionadas para concorrer em cadeiras majoritárias, as mulheres dificilmente sofrem desvantagem quanto à mobilização de recursos, uma vez que elas serão os únicos representantes dos partidos.[1] É improvável que partidos ou coligações com mulheres em disputas por cadeiras majoritárias façam esforço menor para elegê-las do que fariam caso seus candidatos fossem homens, ou que os doadores das empresas deixem de apoiá-las financeiramente. Para as cadeiras majoritárias, a dificuldade maior das mulheres nos partidos deverá ser no momento de disputa por candidaturas e não por voto. Portanto, uma investigação sobre financiamento de campanha e sexo tem menos a dizer sobre eleições majoritárias. Pelos motivos expostos, são analisadas mais detalhadamente as eleições proporcionais.

Partidos políticos e desempenho eleitoral das mulheres

Um ator central nas eleições são os partidos políticos. Em países onde inexiste a possibilidade de candidaturas independentes, como no Brasil, os partidos são essenciais para o recrutamento para a vida pública. São eles que selecionam os candidatos, comandam as campanhas, seus tópicos e questões programáticas, organizam os representantes em bancadas, entre outras atividades centrais para o processo representativo. Assim, um aumento na presença política das mulheres requer necessariamente ação partidária.

---

[1] Na verdade, salvo em casos de seleção em partidos pequenos, diante de onde dado suas baixas probabilidades de vitória em cargos majoritários, as posições mais disputadas serão as proporcionais, enquanto as majoritárias servem mais como meio de divulgação da legenda – a seleção de mulheres para cargos majoritários é indício de que elas possuem um acúmulo considerável de capital político e social.

Há um visível desequilíbrio entre o recrutamento político de homens e de mulheres pelos partidos. É historicamente baixo o percentual de mulheres selecionadas por todos os partidos para concorrerem aos cargos de deputados estadual e federal, embora tenha havido um aumento considerável a partir da implementação das cotas em 1998. As candidaturas femininas, para o cargo de deputado federal, cresceram de 7,3%, em 1994, para 13,1%, em 1998, e, para o de deputado federal, passaram de 6,4% para 10,4%, no mesmo período. Deste então, o número de mulheres selecionadas em ambas as posições cresceu de forma constante (com exceção das eleições de 2006 para o cargo de deputado federal, em que houve um leve decréscimo), tendo ocorrido um aumento expressivo em 2010, como consequência da minirreforma política de 2009 (SACCHET, 2011). Com relação ao número de mulheres eleitas, no entanto, a situação é outra. Após a implementação das cotas, as chances de as mulheres se elegerem diminuíram consideravelmente em relação às dos homens. Antes das cotas, a razão de chances de as mulheres se elegerem tanto para o cargo de deputado federal como estadual, era superior a 1, indicando uma vantagem para as candidaturas femininas.[2] Com o aumento no número de mulheres candidatas, houve um decréscimo na razão de chances, passando de 1,11 para 0,73, para a posição de deputado estadual, e diminuindo mais da metade (de 1,04 para 0,49), para o cargo de deputado federal. Desde então, as chances de as mulheres serem eleitas têm sido persistentemente menores do que as dos homens (SACCHET, 2011).

Nas últimas eleições, as chances de as mulheres se elegerem para os cargos de deputados estadual e federal foram menos da metade daquelas referentes aos homens. Apesar do aumento considerável de candidaturas femininas, o número de eleitas na Câmara dos Deputados caiu de 8,9% para 8,6%, do pleito de 2006 para o de 2010. Ou seja, no Brasil, à medida que aumenta a proporção de candidaturas femininas, diminui as chances de as mulheres serem eleitas. Isso não invalida, no entanto, a importância da política de cotas, porém, serve para estabelecer que, para ocorrer um aumento no número de mulheres em posições políticas, será necessária também a implementação de outras medidas que assegurem condições mais equânimes de disputa eleitoral.

[2] Quando as chances são iguais para homens e mulheres, a razão de chance é igual a 1. Uma razão de chances maior que 1 é favorável às mulheres. Isso significa que antes das cotas as candidaturas femininas eram ligeiramente mais bem-sucedidas que as masculinas.

Financiamento eleitoral

Recursos financeiros têm função preponderante no processo eleitoral. Sem eles o candidato não pode adequadamente desempenhar tarefas centrais, tais como montar um comitê, se comunicar com o eleitor, apresentar suas propostas, fazer publicidade e divulgar suas ideias. Há uma alta correlação entre financiamento e sucesso eleitoral no Brasil. Em 2010, para o cargo de deputado federal, esta foi de 0,78 para as mulheres e 0,62 para os homens, enquanto para a posição de deputado estadual correspondeu, respectivamente, a 0,82 e 0,68, indicando que ter dinheiro para gastar em campanha é essencial para ambos, mas é ainda mais importante para as mulheres. Portanto, salvo circunstâncias em que o candidato já é conhecido do eleitor, ou por ter uma carreira política anterior ou por desenvolver algum outro tipo de atividade pública ou privada que o coloque em evidência, as arrecadações financeiras constituem, em grande medida, o elemento definidor de uma campanha bem-sucedida.

Análise dos dados

A Tabela 1 apresenta as médias das receitas dos candidatos que fizeram suas declarações de campanha nas eleições de 2010 junto ao TSE. O banco de dados para esta análise abrange 10.098 candidatos a deputados/as estaduais e 3.954 a deputados/as federais. Aproximadamente 1/3 dos candidatos que concorreram nestes cargos não constam no banco, ou porque deixaram de prestar contas (normalmente candidatos que não se elegeram), ou porque prestaram contas em conjunto com outros candidatos por meio dos comitês (uma modalidade de prestação de contas prevista por lei).

Tabela 1
Receita total dos candidatos e eleitos, por sexo, segundo cargos disputados
Brasil – 2010

Em reais

Cargos	Mulheres		Homens		Total	
	Candidatas	Eleitas	Candidatos	Eleitos	Candidatos	Eleitos
Deputado estadual	115.745.184,42	52.822.666,78	806.157.206,19	400.848.616,73	921.902.390,61	453.671.283,51
Deputado federal	73.224.086,44	5.510.818,85	826.903.969,62	528.468.359,36	900.128.056,06	573.979.178,21
Governador	61.338.950,69	30.076.727,76	660.340.196,27	272.303.123,66	721.679.146,96	302.379.851,42
Senador	47.983.525,55	37.770.070,94	285.262.732,57	185.411.141,54	333.246.258,12	223.181.212,48

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

As Tabelas 2 e 3 apresentam de forma detalhada o total das arrecadações de campanha para todos os cargos disputados em 2006 e 2010, a arrecadação média de homens e de mulheres e as diferenças de arrecadação entre eles. Verifica-se um aumento significativo no montante de recursos arrecadados (ou declarados) pelos candidatos, entre 2006 e 2010: de R$ 449.893.733,91 para R$ 921.902.390,61, para o cargo de deputado estadual; e de R$ 422.577.148,08 para R$ 900.128.056,06, para o de deputado federal.

Também houve um crescimento substancial de candidaturas com declaração de financiamento. Em 2006, estas corresponderam a 8.159 no cargo de deputado estadual, número que subiu para 10.098, em 2010, o que equivale a um aumento de 24%. Já na disputa para o cargo de deputado federal, este número passou de 3.482 para 3.954 e, embora em patamar menor, houve um aumento também considerável, de 14%.[3] Mesmo que os partidos tenham ficado distante do cumprimento das cotas, o principal crescimento foi visto em relação às vagas femininas. No cargo de deputado estadual, as candidaturas masculinas aumentaram 17%, enquanto as femininas cresceram 66%. Para a posição de deputado federal, o número de vagas cresceu 9% e 49%, respectivamente para homens e mulheres.

Os dados das Tabelas 2 e 3 também evidenciam que a diferença entre o financiamento de homens e de mulheres foi expressiva e crescente, tendo sido significativamente maior para o cargo de deputado federal. Em termos de média de arrecadação, em 2006, para o cargo de deputado estadual, as mulheres ficaram com R$ 47.809 e os homens com R$ 56.317. Ou seja, elas arrecadaram, em média, 15% a menos do que os homens. Para a posição de deputado federal, o valor médio arrecadado pelas candidaturas femininas foi de R$ 70.639 e, pelas masculinas, de R$ 128.374. Isso significa que as mulheres arrecadaram, em média, 45% a menos do que os homens.

[3] Ainda que tenha ocorrido um crescimento no número total de candidaturas, o aumento no montante da arrecadação continua significativamente maior.

Tabela 2
Receita total e receita média dos candidatos, segundo cargos disputados e sexo
Brasil – 2006

Cargos	Sexo	Receita total		Candidatos		Receita média (em reais)	Diferença M/H
		Em reais	%	N. abs.	%		
Deputado estadual	Mulheres	53.928.684,19	12,0	1.128	14,0	47.809,12	Mulheres receberam 15% a menos
	Homens	395.965.049,72	88,0	7.031	86,0	56.317,03	
	Total	449.893.733,91	100,0	8.159	100,0	55.140,79	
Deputado federal	Mulheres	29.880.535,54	7,0	423	12,0	70.639,56	Mulheres receberam 45% a menos
	Homens	392.696.612,54	93,0	3.059	88,0	128.374,18	
	Total	422.577.148,08	100,0	3.482	100,0	121.360,47	
Governador	Mulheres	35.424.518,76	9,0	21	13,0	1.686.881,85	Mulheres receberam 32% a menos
	Homens	339.784.080,86	91,0	136	87,0	2.498.412,36	
	Total	375.208.599,62	100,0	157	100,0	2.389.863,69	
Senador	Mulheres	15.419.766,61	17,0	29	19,0	531.716,09	Mulheres receberam 12% a menos
	Homens	75.897.427,91	83,0	126	81,0	602.360,54	
	Total	91.317.194,52	100,0	155	100,0	589.143,19	

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Tabela 3
Receita total e receita média dos candidatos, segundo cargos disputados e sexo
Brasil – 2010

Cargos	Sexo	Receita total		Candidatos		Receita média	Diferença M/H
		Em reais	%	N. abs.	%	Em reais	
Deputado estadual	Mulheres	115.745.184,42	12,6	1.867	18,5	61.995,28	Mulheres receberam 37% a menos
	Homens	806.157.206,19	87,4	8.231	81,5	97.941,59	
	Total	921.902.390,61	100,0	10.098		91.295,54	
Deputado federal	Mulheres	73.224.086,44	8,1	631	16,0	116.044,51	Mulheres receberam 53% a menos
	Homens	826.903.969,62	91,9	3.323	84,0	248.842,60	
	Total	900.128.056,06	100,0	3.954		227.649,99	
Governador	Mulheres	61.338.950,69	8,5	16	11,5	3.833.684,42	Mulheres receberam 28% a menos
	Homens	660.340.196,27	91,5	123	88,5	5.368.619,48	
	Total	721.679.146,96	100,0	139		5.191.936,31	
Senador	Mulheres	47.983.525,55	14,4	27	13,6	1.777.167,61	Mulheres receberam 7% a mais
	Homens	285.262.732,57	85,6	172	86,4	1.658.504,26	
	Total	333.246.258,12	100,0	199		1.674.604,31	

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Em 2010, aumentou a diferença entre a arrecadação de candidatos e candidatas para os cargos de deputado estadual e federal. No primeiro caso, as mulheres registraram uma receita média de R$ 61.995 e os homens, de R$ 93.941, o que significa uma arrecadação das mulheres 37%

menor do que a dos homens. Portanto, a diferença entre ambos os sexos, em 2010, para o cargo de deputado estadual, foi mais que o dobro daquela observada em 2006. Na campanha de deputado federal, neste mesmo ano, foram arrecadados, em média, de R$ 116.044 para as mulheres e R$ 248.842 para os homens, o que corresponde a uma receita das mulheres 53% inferior à dos homens.

Estes dados, que correspondem aos valores reais declarados junto ao TSE, demonstram, aproximadamente, os custos das campanhas e são importantes para se ter uma ideia sobre os valores em espécie. Entretanto, cada Estado brasileiro tem suas especificidades em termos eleitorais, o que torna imprecisa a comparação direta entre as receitas e os votos dos candidatos de diferentes unidades da federação. Por exemplo, cada Estado possui quociente eleitoral maior ou menor, que precisa ser levado em conta no momento de considerar o peso do voto. Da mesma forma, determinada quantia de dinheiro pode valer mais ou menos, dependendo do Estado em que o candidato estiver disputando a eleição. Ou seja, os votos conquistados e os valores absolutos de financiamento têm significados diferentes, dependendo da competição eleitoral e do poder econômico do Estado.

Para eliminar o viés e tornar os dados mais precisos, criamos dois índices: o Índice de Sucesso de Votos (ISV); e o Índice de Sucesso de Receita (ISR). O primeiro é um indicador que permite medir o sucesso eleitoral de cada candidato, considerando-se as condições de competitividade em cada Estado. Estas incluem a proporção entre o número de eleitores e as cadeiras em cada Estado (quociente eleitoral) e o número de candidatos por cadeira (competitividade da eleição).[4]

Para medir o sucesso na arrecadação, foram utilizados cálculos análogos. O Indicador de Sucesso de Receita (ISR) relaciona a soma dos recursos financeiros arrecadados por cada candidato com o total das receitas de todos os candidatos do Estado. Assim, é possível medir a

[4] O ISV é calculado da seguinte forma:

$$ISV_{candidato} = \frac{V_{candidato} \cdot N_{UF}}{\mathbf{V_{UF}}},$$

onde: $V_{candidato}$: Total de votos recebidos pelo candidato;
$\mathbf{V_{UF}}$: Soma dos votos recebidos por todos os candidatos da UF;
N_{UF}: Número de candidatos de cada UF.

porcentagem de recursos acumulados por cada candidato sobre o total dos recursos da unidade da federação.[5]

Tanto o ISV como o ISR têm valor 1 quando os votos ou a receita do candidato correspondem à média dos votos ou das receitas do Estado considerado. O valor é maior que 1 se o candidato superar a média. Quanto mais próximos de zero estiverem estes indicadores, pior será o desempenho dos candidatos em termos de recursos e de votos com relação à média dos seus concorrentes.

A utilização do ISR e do ISV permite comparar de forma mais precisa o desempenho dos candidatos individualmente, com relação tanto aos recursos arrecadados quanto aos votos obtidos, possibilitando uma análise entre diferentes Estados e partidos. Portanto, a partir de agora, no que se refere ao cálculo sobre recursos e votos, o presente estudo utilizará estes dois índices. Serão considerados apenas os dois cargos proporcionais disputados em 2010, já que, como explicado anteriormente, no que se refere ao financiamento de campanha, é nos cargos proporcionais que a variável sexo tem maior impacto.

Os Gráficos 1 e 2 apresentam dados sobre arrecadação de homens e mulheres para os cargos de deputado estadual e federal em 2006 e 2010, medidos em ISR, tornando assim mais precisa a comparação sobre o financiamento de suas campanhas.

Comparando os valores dos Gráficos 1 e 2 (onde o ISR é utilizado para medir recursos financeiros arrecadados por candidatos), com aqueles das Tabelas 2 e 3, observa-se que as diferenças entre a arrecadação dos homens e das mulheres, em alguns casos, diminuem um pouco, mas permanecem expressivas. Para o cargo de deputado estadual, em 2006, as mulheres ficaram com 9% a menos (em vez de 15%) de arrecadação do que os homens e, para o cargo de deputado federal, elas ficaram com 41% a menos do que os homens (em vez de 45%). Em 2010, a diferença entre homens e mulheres em ISR foi de 30% a menos (contra 37% segundo os dados da Tabela 3), para o cargo de deputado estadual, e permaneceu em 53% a menos, para o de deputado federal. Ou seja, os dados de

---

[5] O ISR é calculado da seguinte maneira:

$$ISR_{candidato} = \frac{R_{candidato} \cdot N_{UF}}{R_{UF}}$$

Onde: $R_{candidato}$: Receita total do candidato

R_{UF}: Receita total da UF (soma da receita de todos os candidatos da UF)

N_{UF}: Número de candidatos de cada UF

arrecadação em ISR, assim como os dados baseados em valores reais arrecadados, confirmam uma diferença expressiva nas receitas de candidatos e candidatas.

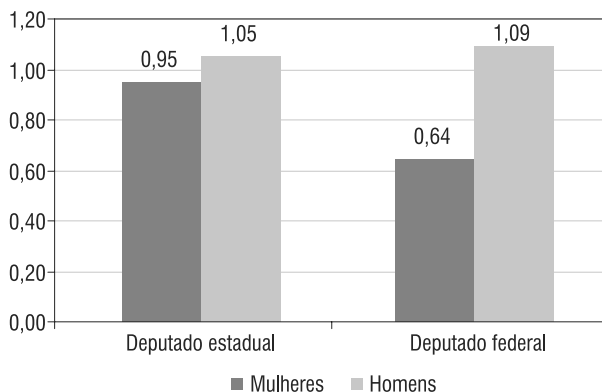
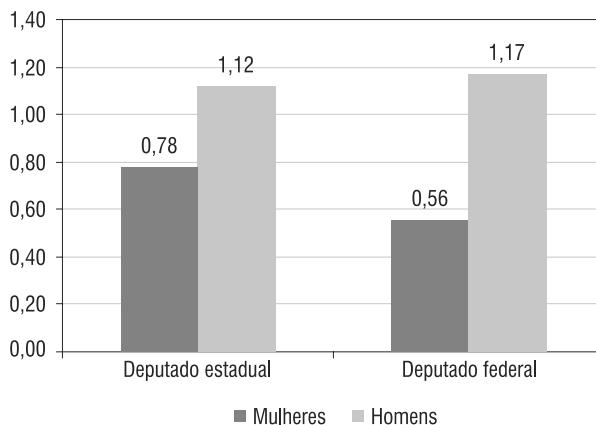
Gráfico 1
Índice de Sucesso de Receita (ISR) total, por sexo, segundo cargos disputados
Brasil – 2006

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Gráfico 2
Índice de Sucesso de Receita (ISR) total, por sexo, segundo cargos disputados
Brasil – 2010

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Perfil das receitas

Conhecer o perfil da arrecadação dos candidatos ajuda a entender como diferentes fontes de financiamento podem ser mais ou menos significantes para as suas campanhas. Até que ponto as fontes principais de recursos das campanhas das mulheres são as mesmas que as dos homens? Qual a importância de cada fonte de doação para a campanha de homens e de mulheres? Na Tabela 4, a composição das receitas dos candidatos é detalhada de acordo com cada fonte de financiamento declarada junto ao TSE.

Tabela 4
Composição da receita em ISR, por fontes, segundo cargos disputados e sexo
Brasil – 2006-2010

Cargos e sexo			ISR total	%	Fontes (em %)					
					Partido político	Comitê	Pessoa física	Pessoa jurídica	Recurso próprio	Outros recursos
2006	Deputado estadual	Total	1,03	100,0	2,2	12,4	24,3	35,2	24,8	1,2
		Mulheres	0,95	48,0	2,2	14,6	29,9	33,1	19,4	0,7
		Homens	1,05	52,0	2,2	12,1	23,4	35,5	25,5	1,3
	Deputado federal	Total	1,04	100,0	3,9	7,6	16,3	53,6	17,4	1,2
		Mulheres	0,64	37,0	3,8	14,5	21,8	42,3	15,3	2,3
		Homens	1,09	63,0	3,9	7,1	15,9	54,6	17,5	1,1
2010	Deputado estadual	Total	1,05	100,0	8,7	22,1	21,7	29,4	17,3	0,9
		Mulheres	0,78	41,0	9,8	21,3	25,7	29,6	12,6	1,0
		Homens	1,12	59,0	8,5	22,2	21,1	29,3	18,0	0,9
	Deputado federal	Total	1,07	100,0	19,6	14,8	12,6	39,6	12,2	1,2
		Mulheres	0,56	32,0	19,1	20,4	15,6	35,5	8,2	1,2
		Homens	1,17	68,0	19,7	14,3	12,3	40,0	12,6	1,2

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Em 2006, para a posição de deputado estadual, "pessoa jurídica" (ou recursos da iniciativa privada) foi a principal fonte de recurso das campanhas das mulheres, representando 33,1% do total, seguida por recursos de pessoas físicas, que somaram 29,9% do montante. Para as candidaturas masculinas, o principal doador também foi a iniciativa privada, com uma fatia de 35,5% do valor total. A segunda mais importante fonte de recursos para os homens, no entanto, foram os recursos próprios, que responderam por 25,5% do montante. Nestas eleições, os recursos dos partidos representaram apenas 2,2% do total do financiamento tanto da campanha dos homens como das mulheres.

Em 2010, para o cargo de deputado estadual, as fontes principais de financiamento permaneceram as mesmas tanto para os homens como para as mulheres, mas, comparativamente, a porcentagem proveniente de recursos próprios diminuiu para ambos, ocorrendo um aumento substancial na parcela oriunda dos partidos e dos comitês de campanha. Os fundos advindos dos partidos somaram 9,8% do total dos recursos de campanha das mulheres e 8,5% do financiamento das campanhas dos homens, enquanto a verba dos comitês representou 21,3% e 22,2% do total das campanhas, respectivamente, das mulheres e dos homens.

Quanto à posição de deputado federal, tanto em 2006 quanto em 2010, a principal fonte de financiamento, para as candidaturas de ambos os sexos, também correspondeu à pessoa jurídica, porém apresentando decréscimo entre as duas eleições: em 2006, 42,3% e 54,6% do montante dos recursos das campanhas de mulheres e homens, respectivamente, vieram desta fonte; em 2010, estes percentuais foram de 35,5%, para as mulheres, e 40%, para os homens. Já os recursos oriundos dos partidos registraram crescimento significativo, passando de 3,8% e 3,9%, respectivamente, dos recursos das campanhas de mulheres e homens, em 2006, para 19,1% e 19,7%, em 2010. Os recursos advindos de comitês nas eleições de 2010 foram igualmente expressivos para candidaturas tanto de mulheres como de homens, somando 20,4% e 14,3%, respectivamente, das suas receitas para a disputa do cargo de deputado federal. Em termos de cálculo de proporções, este aumento no volume dos recursos originários dos partidos e dos comitês é o que contribuiu para a diminuição no percentual de arrecadações provenientes de pessoa jurídica.

Os dados evidenciam, portanto, que a principal fonte de recursos de campanha, para as duas posições legislativas analisadas e nos dois pleitos considerados, tanto para homens como para mulheres, foi pessoa jurídica. Também fica evidente um aumento significativo nos recursos oriundos de partidos e de comitês de campanha de 2006 para 2010.

Receitas por fonte

Os Gráficos 3 a 6 apresentam uma comparação das receitas das candidaturas femininas e masculinas, a partir de cada fonte de financiamento. Todos os valores referem-se a índices criados a partir das receitas dos candidatos para cada fonte de arrecadação e padronizados segundo especificidades de cada Estado. A agregação dos valores correspondentes

a todos estes índices é o que compõe o ISR, calculado conforme especificado anteriormente.

Diferentemente dos dados da Tabela 4, cuja intenção é especificar o perfil da composição da receita de candidaturas masculinas e femininas, fazendo a comparação entre as receitas de candidatos do mesmo sexo, aqui busca-se verificar o desempenho das mulheres e dos homens quanto à arrecadação de cada fonte declarada e, portanto, a comparação é feita entre candidatos de diferentes sexos. Com isso, pode-se medir a diferença, ou desigualdade, de receita de campanhas masculinas e femininas a partir de cada uma destas fontes. A última barra dos gráficos (ISR outros) não será considerada na análise, devido ao pequeno montante proveniente desta fonte, se comparado às outras – normalmente estes não chegam a 2% do total de recursos.

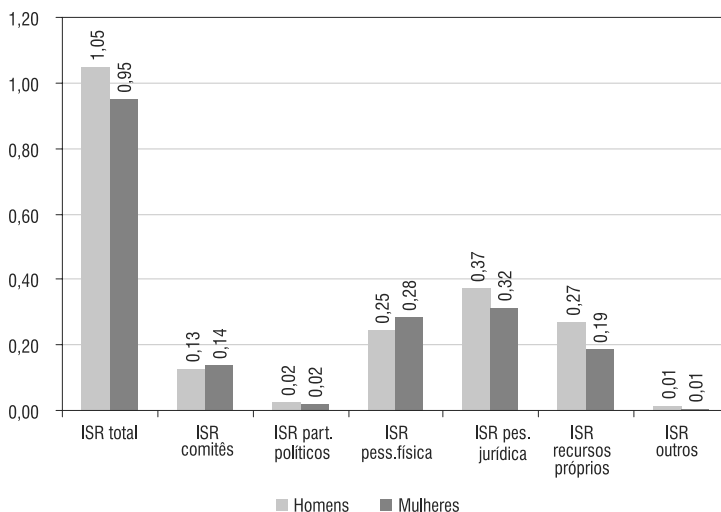
Gráfico 3
Comparação entre ISRs médios das candidaturas a deputado estadual, por sexo, segundo fontes de recursos. Brasil – 2006

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

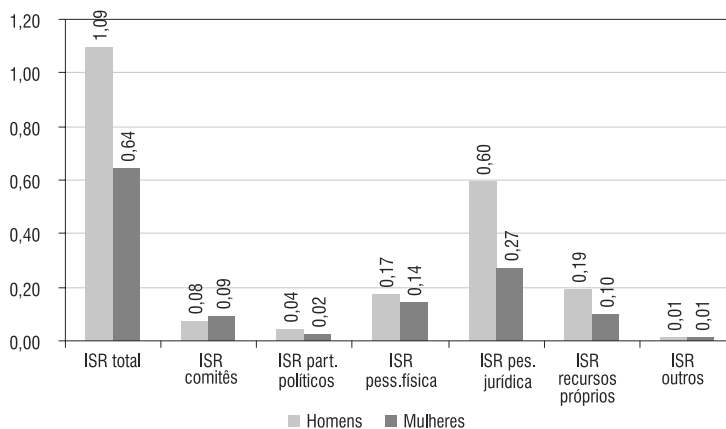
Gráfico 4
Comparação entre ISRs médios das candidaturas a deputado federal, por sexo, segundo fontes de recursos. Brasil – 2006

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

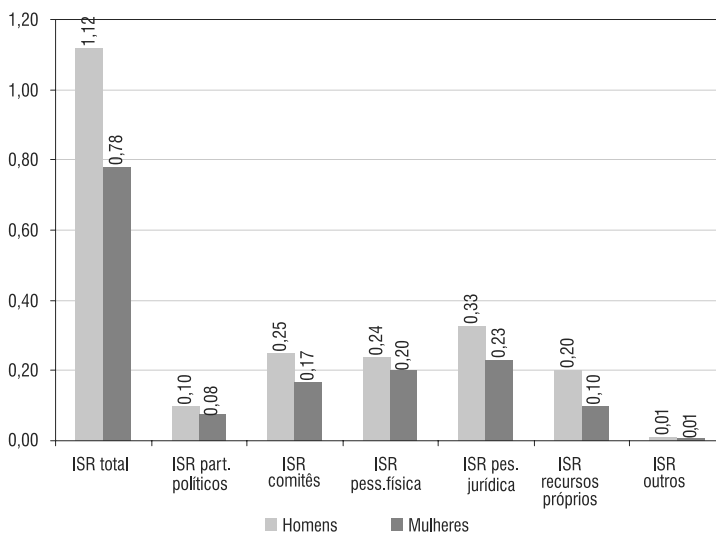
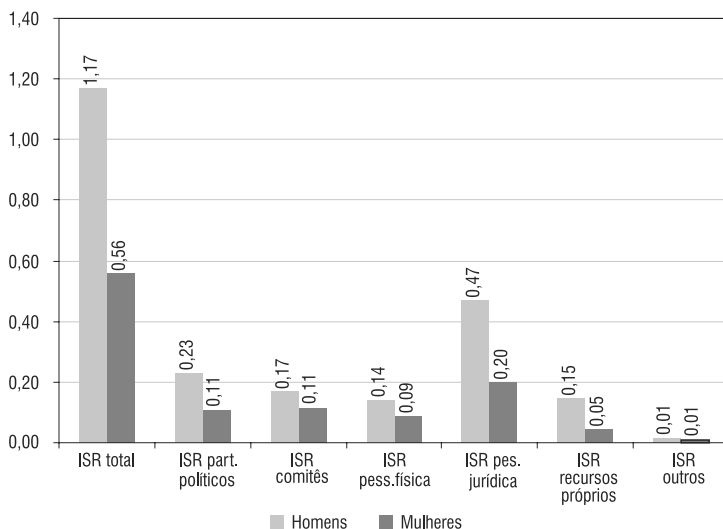
Gráfico 5
Comparação entre ISRs médios das candidaturas a deputado estadual, por sexo, segundo fontes de recursos. Brasil – 2010

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Gráfico 6
Comparação entre ISRs médios das candidaturas a deputado federal, por sexo, segundo fontes de recursos. Brasil – 2010

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Evidencia-se, nos gráficos, a desvantagem das mulheres com relação a quase todas as fontes de financiamento. Também é possível observar um aumento na diferença entre o financiamento de campanhas masculinas e femininas tanto para o cargo de deputado estadual quanto federal: enquanto em 2006 o ISR total, para as mulheres, foi de 0,95 para candidaturas ao primeiro cargo e de 0,64 para candidaturas ao segundo, em 2010, este caiu para 0,78 e 0,56, respectivamente.

Focando nas eleições de 2010, observa-se que, para o cargo de deputado estadual, a fonte de maior diferença entre as receitas foi a de recursos próprios: o ISR das mulheres corresponde a 50% em relação ao dos homens. Ou seja, as mulheres investiram metade do que os homens em suas próprias campanhas. Em seguida vêm os recursos de comitês, cujo ISR feminino representa 68% do masculino. Os recursos provenientes de pessoa jurídica aparecem em terceiro lugar como a fonte mais desigual, com as mulheres arrecadando 30% a menos que o valor alcançado pelos homens.

Para o cargo de deputado federal, neste mesmo ano, a diferença mais expressiva também ocorreu na fonte recursos dos candidatos, sendo que o montante investido pelas mulheres em suas campanhas foi de apenas 33% do valor referente aos homens. Portanto, elas investiram 67% menos

em suas campanhas do que os homens. A segunda maior diferença veio de pessoas jurídicas, em que o ISR das mulheres foi de 0,20, contra 0,47 para os homens, o que significa que as mulheres receberam das empresas apenas 43% do que conseguiram os homens. Os recursos provenientes dos partidos vieram logo a seguir como a fonte mais desigual de distribuição de recursos. Aqui as mulheres tiveram 48% do financiamento dos homens. Assim, nas eleições de 2010, as campanhas das mulheres ao cargo de deputado federal tiveram um subfinanciamento maior que 50% em relação às campanhas dos homens, a partir das três fontes mais importantes de financiamento eleitoral, conforme pode ser verificado na Tabela 4.

A distribuição de recursos pelos partidos

Os partidos políticos merecem atenção especial no tópico do financiamento eleitoral. Como visto anteriormente neste capítulo, doações partidárias constituem uma das três principais fontes de diferença de arrecadação entre campanhas de homens e mulheres. Embora algumas pesquisas indiquem que o eleitor não discrimina as mulheres no momento da decisão do voto (IBOPE/INSTITUTO PATRÍCIA GALVÃO, 2009), a regra é de os partidos investirem mais em candidatos que eles acreditam ter maior apelo e chance eleitoral – que tendem a ser aqueles que possuem currículo eleitoral mais sólido e/ou que estão concorrendo à reeleição –, o que desfavorece as mulheres.

Estudos que focam especificamente os partidos políticos indicam que a conquista de mais recursos financeiros dos partidos para campanhas de mulheres pode constituir-se em uma difícil empreitada. A maioria dos partidos, independentemente de sua linha ideológica, tende a destinar parcelas significativamente maiores de seus recursos para candidatos homens e a diferença tem aumentado ao longo do tempo (SACCHET, 2011). No que se refere à posição de deputado estadual, em 2006, dos oito principais partidos (PT, PDT, PSB, PSDB, PMDB, DEM PP, e PTB), três (PSB, o PP e o PDT) destinaram quantias maiores de recursos às mulheres candidatas do que aos homens. Porém, em 2010, apenas no PSB o financiamento das mulheres foi superior ao dos homens – neste as campanhas femininas foram sobrefinanciadas em 47% em relação às masculinas.[6] Nas candidaturas à posição de deputado federal, em 2006, o

[6] Para uma análise mais detalhada sobre o financiamento das campanhas das mulheres pelos partidos, com diferenças percentuais entre homens e mulheres e entre os partidos, ver Sacchet (2011).

PSB foi também o único partido que dedicou parte maior dos seus fundos às mulheres (75% a mais do que os homens). Porém, em 2010, nenhum dos oito principais partidos despendeu parcela maior de financiamento às mulheres. A diferença na quantia recebida por mulheres e homens também aumentou consideravelmente de 2006 para 2010, para ambas as posições, assim como foi significantemente maior nos dois pleitos para o cargo de deputado federal (SACCHET, 2011).

A estrutura partidária é considerada, pela literatura e por candidatas e membros de grupos de mulheres, um dos principais obstáculos para a entrada do segmento feminino na vida pública. Mas a centralidade atribuída aos partidos poderia ser questionada, pois a natureza do sistema eleitoral brasileiro, em que inexiste um pré-ordenamento dos candidatos nas listas, faz com que quem decida em última instância quem irá se eleger seja o eleitor. Entretanto, entre os fatores mais importantes para a decisão do voto, está o conhecimento que os eleitores têm sobre seus candidatos e suas propostas, e o financiamento eleitoral é chave para possibilitar uma aproximação entre candidatos e eleitores. Assim, os partidos políticos, ainda que não sejam os únicos responsáveis, já que as mulheres recebem quantias significativamente menores de financiamento também da iniciativa privada e investem menos em suas campanhas, contribuem para o baixo desempenho eleitoral das mulheres, na medida em que oferecem maior apoio financeiro às candidaturas masculinas.

Financiamento eleitoral por Estados e partidos

Esta seção apresenta uma análise sobre o financiamento de mulheres e homens nos Estados e nos partidos. Na primeira parte, são consideradas as candidaturas aos cargos de deputado estadual e federal nos Estados, explorando a relação entre as arrecadações e o sucesso dos candidatos. Na segunda parte, a análise refere-se à arrecadação das mulheres dentro dos partidos. A comparação é feita entre as receitas totais de homens e mulheres de diferentes partidos. A intenção é apresentar um quadro que, além de mostrar a relação entre votos e financiamento por partido, permita identificar se as mulheres de determinados partidos teriam mais sucesso na arrecadação de receita do que as de outros.

Estados

As Tabelas a seguir apresentam um quadro do financiamento das candidaturas masculinas e femininas aos cargos de deputado estadual

e federal, nos diferentes Estados brasileiros. A partir delas é possível também fazer uma comparação entre financiamento e chances de sucesso eleitoral. O financiamento é considerado maior ou menor quando a diferença for superior a 5%. Assim, quando a diferença for inferior a esse percentual, o financiamento é considerado igual. As duas colunas do lado direito comparam as mulheres com os homens, sendo que a primeira refere-se ao desempenho eleitoral e a última ao financiamento. Esta última coluna mostra a diferença entre as médias de arrecadação de homens e mulheres, enquanto a penúltima refere-se à razão de chances, que é uma medida que compara as chances de sucesso de homens e mulheres, e serve para comparar a diferença entre o percentual de candidaturas femininas e o de mulheres eleitas.

Os dados da Tabela 5 indicam que, em 2010, a receita das mulheres que concorreram ao cargo de deputado estadual foi maior do que a dos homens em apenas quatro Estados, sendo que três deles localizam-se na Região Nordeste (lembrando aqui que consideramos a receita maior ou menor apenas quando a diferença entre elas for superior a 5%). Esta foi também a única região em que a média de arrecadação feminina foi igual à masculina (1,01% dos recursos dos homens). Em cinco Estados, o financiamento das mulheres foi aproximadamente o mesmo que o dos homens. Em todos os demais, as campanhas dos homens tiveram financiamento maior do que as das mulheres. Em seis deles – Paraná (0,28), Amazonas (0,38), Mato Grosso (0,37), Mato Grosso do Sul (0,39), Roraima (0,44) e Santa Catarina (0,44) –, a receita das mulheres não chegou a 50% daquela referente aos homens. Estes foram os Estados que, comparativamente, também elegeram menos mulheres ao cargo de deputado estadual.

Os Estados onde as candidatas ao cargo de deputado estadual tiveram arrecadação de campanha maior do que os homens foram: Piauí (onde elas tiveram 1,24 do financiamento dos homens), Espírito Santo (1,30), Bahia (1,44) e Sergipe (com um surpreendente 2,28). As mulheres tiveram receitas similares às dos homens em Rondônia (0,99), Acre (1,00), Alagoas (1,03), Amapá (1,04) e Paraíba (1,04). Com algumas exceções, foram nos Estados onde as mulheres tiveram arrecadação superior ou igual à dos homens que o desempenho eleitoral delas foi melhor. Pode-se observar, portanto, conforme mostra o Gráfico 7, uma correlação estreita, de 0,84, entre votos recebidos e montantes investidos nas campanhas destes Estados.

Tabela 5
Relação entre financiamento e eleição de mulheres para o cargo de deputado estadual, segundo Estados
Brasil – 2010

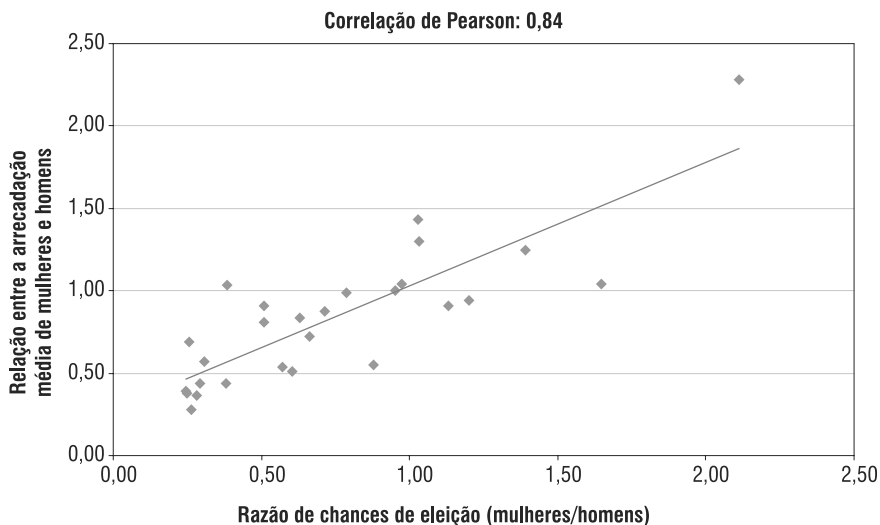
Estados	Candidatos			Eleitos			Receita (em reais)			Razão de chances de eleição (M/H)	Razão das médias das receitas (M/H)
	Mulheres	% de mulheres	Total de candidatos	Mulheres	% de mulheres	Total de eleitos	Das mulheres	% da receita das mulheres	Total de receita		
Brasil	**1.867**	**18,5**	**10.098**	**137**	**12,9**	**1.060**	**115.745.184,42**	**12,6**	**921.902.390,61**	**0,63**	**0,63**
Centro-Oeste	**312**	**21,0**	**1.483**	**10**	**8,8**	**113**	**19.690.501,82**	**11,8**	**166.809.345,32**	**0,34**	**0,50**
DF	145	22,9	632	4	16,7	24	3.968.792,60	17,7	22.387.071,50	0,66	0,72
GO	67	15,5	431	2	4,9	41	8.430.577,04	11,2	75.027.786,12	0,26	0,69
MS	56	25,0	224	2	8,3	24	3.768.851,19	11,5	32.750.887,60	0,25	0,39
MT	44	22,4	196	2	8,3	24	3.522.280,99	9,6	36.643.600,10	0,28	0,37
Nordeste	**356**	**17,0**	**2.097**	**52**	**15,2**	**341**	**30.465.184,14**	**17,2**	**177.267.753,90**	**0,86**	**1,01**
AL	31	15,9	195	2	7,4	27	1.858.812,32	16,4	11.367.529,85	0,38	1,03
BA	77	17,1	450	11	17,5	63	8.000.242,00	22,9	35.004.623,97	1,03	1,44
CE	61	21,2	288	6	13,0	46	4.100.535,63	19,6	20.926.227,84	0,51	0,91
MA	42	15,3	275	7	16,7	42	3.315.501,17	14,1	23.559.861,21	1,13	0,91
PB	36	17,0	212	6	16,7	36	1.691.505,92	17,6	9.609.494,13	0,97	1,04
PE	39	13,7	284	4	8,2	49	4.334.173,87	11,4	37.923.830,40	0,51	0,81
PI	28	19,0	147	7	23,3	30	3.526.065,74	2,7	15.566.775,17	1,39	1,24
RN	24	17,9	134	3	12,5	24	1.685.176,41	10,0	16.882.437,69	0,61	0,51
SE	18	16,1	112	6	25,0	24	1.953.171,08	30,4	6.426.973,64	2,11	2,28

(continua)

(continuação)

Estados	Candidatos			Eleitos			Receita (em reais)			Razão de chances de eleição (M/H)	Razão das médias das receitas (M/H)
	Mulheres	% de mulheres	Total de candidatos	Mulheres	% de mulheres	Total de eleitos	Das mulheres	% da receita das mulheres	Total de receita		
Norte	**361**	**20,1**	**1.793**	**29**	**15,7**	**185**	**15.613.099,18**	**15,6**	**100.335.408,18**	**0,71**	**0,73**
AC	47	17,3	272	4	16,7	24	1.514.540,89	17,3	8.735.094,56	0,95	1,00
AM	79	25,2	313	2	8,3	24	2.025.852,41	11,3	17.955.281,67	0,25	0,38
AP	33	21,4	154	7	29,2	24	1.047.293,68	22,2	4.725.679,23	1,65	1,04
PA	84	21,8	385	7	17,1	41	5.270.499,96	19,6	26.847.540,74	0,71	0,88
RO	35	15,1	232	3	12,5	24	2.322.071,46	14,9	15.590.091,75	0,79	0,99
RR	56	22,2	252	2	8,3	24	985.366,17	11,1	8.853.584,93	0,29	0,44
TO	27	14,6	185	4	16,7	24	2.447.474,61	13,9	17.628.135,30	1,20	0,94
Sudeste	**591**	**16,7**	**3.544**	**30**	**11,0**	**272**	**36.646.043,99**	**10,1**	**363.091.142,30**	**0,60**	**0,56**
ES	30	9,7	308	3	10,0	30	2.732.713,22	12,3	22.261.139,66	1,03	1,30
MG	110	14,1	780	4	5,2	77	8.834.667,11	8,6	102.795.424,33	0,31	0,57
RJ	225	20,5	1.099	13	18,6	70	8.828.947,99	12,4	71.209.570,72	0,88	0,55
SP	226	16,7	1.357	10	10,5	95	16.249.715,67	9,7	166.825.007,59	0,57	0,54
Sul	247	20,9	1.181	16	10,7	149	13.330.355,29	11,7	114.398.740,91	0,42	0,50
PR	96	21,5	447	4	7,4	54	3.051.411,41	7,1	42.979.095,52	0,26	0,28
RS	94	20,4	460	8	14,5	55	6.967.690,99	17,7	39.322.672,27	0,63	0,84
SC	57	20,8	274	4	10,0	40	3.311.252,89	10,3	32.096.973,12	0,38	0,44

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Gráfico 7
Associação entre financiamento e sucesso eleitoral feminino relativo ao masculino para o cargo de deputado estadual
Brasil – 2010

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Para a posição de deputada federal, em cinco Estados as candidaturas femininas tiveram arrecadação superior às masculinas, sendo que dois localizam-se no Norte (Tabela 6). Esta foi também a região onde a arrecadação média das mulheres foi maior em comparação às demais regiões: 0,88 do financiamento masculino. Os Estados onde as mulheres obtiveram receitas maiores do que as dos homens foram: Rio Grande do Norte (1,50); Amapá (1,85); Goiás (1,91); Roraima (2,12); e Espírito Santo (2,44). Não fugindo à regra, foram nestes Estados também que as mulheres tiveram melhor desempenho eleitoral. O Gráfico 8 demonstra que a correlação entre financiamento e votos nos Estados, para o cargo de deputado federal, foi de 0,73, reafirmando a relação estreita existente entre estes dois fatores.

O subfinanciamento das candidaturas femininas foi significativo para a posição de deputada federal. As mulheres tiveram arrecadações iguais ou inferiores a 50% do valor arrecadado pelos homens em 17 Estados, sendo que em cinco deles – Mato Grosso do Sul, Ceará, Sergipe, Minas Gerais e Paraná – elas não atingiram sequer 20% da arrecadação dos homens. O Sul foi a região que apresentou maior disparidade entre financiamentos

de mulheres e homens, com elas arrecadando 0,28 do montante deles. Esta foi a região que menos elegeu mulheres.

No cargo de deputado federal, os Estados onde as mulheres tiveram melhor desempenho eleitoral do que os homens (o que pode ser verificado por meio de uma razão de chances superior a 1 ou de uma proporção de eleitas superior ao de candidatas) foram: Espírito Santo, onde as mulheres eram apenas 14% dos candidatos, mas representaram 40% do total dos eleitos; Rio Grande do Norte, onde 11% dos candidatos eram mulheres, mas elas representaram 25% dos eleitos; Amapá, onde o percentual de candidatas foi de 26%, mas o de eleitas ficou em 38% do total; Goiás, que teve 8% de candidatas e 12% de eleitas; Alagoas, onde as candidaturas femininas eram 17%, mas entre os eleitos elas somaram 22%; Distrito Federal, com 20% de candidatas mulheres e 25% no total de eleitos; e o Acre, com 21% de mulheres candidatas e 25% de eleitas. É importante destacar que em nem todos estes Estados o financiamento das mulheres foi maior do que o dos homens, como foram os casos do Distrito Federal, Alagoas e Acre. Para entender porque estes Estados fogem à regra, seriam necessários estudos mais detalhados, que buscassem identificar o impacto de outros fatores, como, por exemplo, o perfil das candidaturas femininas e das instituições políticas locais.

Tabela 6
Relação entre financiamento e eleição de mulheres para o cargo de deputado federal, segundo Estados
Brasil – 2010

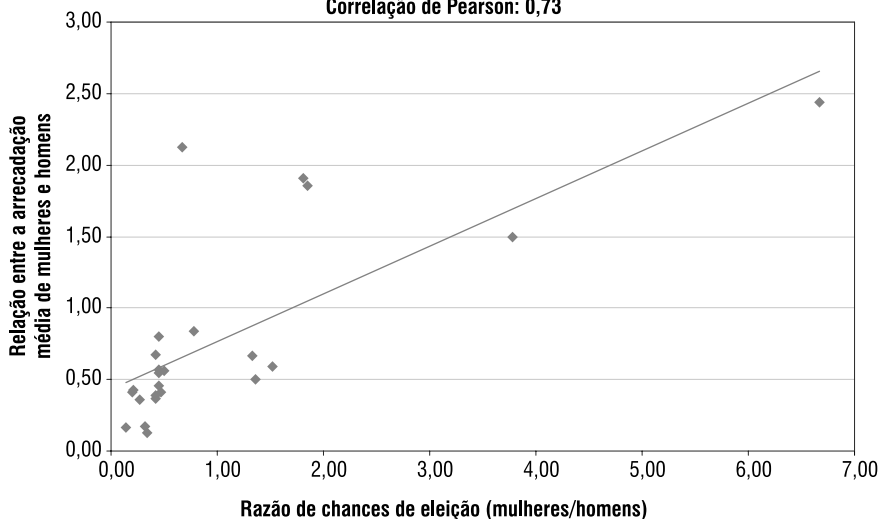
Estados	Candidatos			Eleitos			Receita (em reais)			Razão de chances de eleição (M/H)	Razão das médias das receitas (M/H)
	Mulheres	% de mulheres	Total de candidatos	Mulheres	% de mulheres	Total de candidatos	Das mulheres	% da receita das mulheres	Total da receita		
Brasil	**631**	**16,0**	**3.954**	**45**	**8,8**	**513**	**73.224.086,44**	**8,1**	**900.128.056,06**	**0,47**	**0,47**
Centro-Oeste	**57**	**20,0**	**285**	**4**	**9,8**	**41**	**12.346.560,41**	**11,1**	**111.000.875,73**	**0,39**	**0,50**
DF	15	20,3	74	2	25,0	8	1.539.465,95	11,3	13.586.356,03	1,36	0,50
GO	7	7,8	90	2	11,8	17	7.249.460,20	13,9	52.300.034,13	1,81	1,91
MS	21	31,8	66	0		8	1.150.817,80	5,6	20.500.373,10		0,13
MT	14	25,5	55	0		8	2.406.816,46	9,8	24.614.112,47		0,32
Nordeste	**91**	**12,0**	**758**	**11**	**7,3**	**151**	**10.962.035,36**	**6,7**	**163.959.979,38**	**0,52**	**0,53**
AL	8	17,0	47	2	22,2	9	1.147.864,51	10,9	10.571.052,05	1,52	0,59
BA	16	9,4	171	1	2,6	39	1.785.730,66	4,2	42.450.102,90	0,21	0,43
CE	8	10,1	79	1	4,5	22	281.743,96	1,4	20.181.371,57	0,34	0,13
MA	14	11,3	124	1	5,6	18	1.259.060,69	7,9	15.977.913,88	0,42	0,67
PB	11	16,2	68	1	8,3	12	534.825,74	6,6	8.109.960,53	0,42	0,37
PE	11	9,6	115	2	8,0	25	2.969.932,78	8,2	36.351.889,07	0,78	0,84
PI	12	18,2	66	1	10,0	10	1.005.332,92	9,2	10.958.116,09	0,45	0,45
RN	5	11,1	45	2	25,0	8	1.901.150,00	15,8	12.062.356,31	3,78	1,50

(continua)

(continuação)

Estados	Candidatos			Eleitos			Receita (em reais)			Razão de chances de eleição (M/H)	Razão das médias das receitas (M/H)
	Mulheres	% de mulheres	Total de candidatos	Mulheres	% de mulheres	Total de candidatos	Das mulheres	% da receita das mulheres	Total da receita		
SE	6	14,0	43	0		8	76.394,10	1,0	7.297.216,98		0,07
Norte	**70**	**19,0**	**368**	**10**	**15,4**	**65**	**12.702.991,52**	**17,2**	**73.832.258,24**	**0,74**	**0,88**
AC	7	21,2	33	2	25,0	8	1.011.113,51	15,2	6.638.690,88	1,33	0,67
AM	9	20,5	44	1	12,5	8	1.403.257,95	12,5	11.191.369,84	0,50	0,56
AP	14	26,4	53	3	37,5	8	1.517.008,47	40,0	3.795.510,19	1,85	1,85
PA	10	11,0	91	1	5,9	17	904.491,00	6,3	14.386.255,24	0,45	0,54
RO	14	22,6	62	1	12,5	8	1.900.213,10	19,0	10.005.789,42	0,45	0,80
RR	8	16,7	48	1	12,5	8	4.014.466,64	29,8	13.463.547,59	0,67	2,12
TO	8	21,6	37	1	12,5	8	1.952.440,85	13,6	14.351.095,08	0,45	0,57
Sudeste	**306**	**15,5**	**1.975**	**15**	**8,4**	**179**	**29.341.105,06**	**6,9**	**423.337.879,73**	**0,47**	**0,41**
ES	9	13,8	65	4	40,0	10	5.190.536,38	28,1	18.440.815,42	6,67	2,44
MG	47	10,6	443	1	1,9	53	2.270.757,78	1,9	116.992.206,60	0,14	0,17
RJ	89	16,1	552	4	8,7	46	6.020.539,70	7,4	81.620.876,23	0,47	0,41
SP	161	17,6	915	6	8,6	70	15.859.271,20	7,7	206.283.981,48	0,42	0,39
Sul	107	18,8	568	5	6,5	77	7.871.394,09	6,1	127.997.062,98	0,26	0,28
PR	37	16,8	220	2	6,7	30	2.048.763,63	3,4	61.051.512,65	0,32	0,17
RS	40	18,5	216	2	6,5	31	3.295.745,16	7,6	43.555.358,98	0,27	0,36
SC	30	22,7	132	1	6,3	16	2.526.885,30	10,8	23.390.191,35	0,20	0,41

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Gráfico 8
Associação entre financiamento e sucesso eleitoral feminino relativo ao masculino para o cargo de deputado federal
Brasil – 2010
Correlação de Pearson: 0,73

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Partidos políticos

A partir das Tabelas 7 e 8 – que incluem apenas os partidos que elegeram candidatos nas eleições de 2010 –, é possível observar o desempenho das mulheres nos partidos e a diferença entre a arrecadação delas e dos homens de cada partido.

Os dados das tabelas evidenciam que a receita das mulheres foi menor do que a dos homens na maioria dos partidos. Foi nos partidos menores e de esquerda que o financiamento das campanhas femininas ficou mais próximo, ou superior, ao das masculinas. Quando considerados os oito principais partidos (PT, PDT, PSB, PMDB, PSDB, PTB, DEM e PP), observa-se, nas campanhas para o cargo de deputado estadual, uma propensão de maior equilíbrio entre receitas por sexo, nos partidos de esquerda. No PT e no PDT, as mulheres arrecadaram 0,90 e 1,08, respectivamente, do montante masculino. No PSB elas arrecadaram 0,69 do valor referente aos homens. As mulheres do PSDB e do PMDB arrecadaram proporções similares entre elas, de 0,55 e 0,50, respectivamente. No PTB, elas ficaram com uma arrecadação média de 0,40 do arrecadado pelos homens. Por fim, as mulheres de partidos de direita

Tabela 7

Relação entre receitas e mulheres eleitas para o cargo de deputada estadual, segundo partidos políticos . Brasil – 2010

Partidos	Média de ISR			Candidatos			Eleitos			Razão de chances de eleição (M/H)	Relação entre médias de arrecadação de mulheres e homens (em ISR)
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres		Homens	Mulheres		Homens		
	(A)	(B)		N. abs.	%	N. abs.	N. abs.	%	N. abs.		(A/B)
Brasil	**0,78**	**1,12**	**1,05**	**1.867**	**18,5**	**8.229**	**137**	**12,9**	**923**	**0,63**	**0,70**
DEM	0,89	1,76	1,63	62	15,2	347	4	5,2	73	0,26	0,50
PC do B	0,53	0,55	0,54	112	20,4	437	4	22,2	14	1,12	0,96
PCB	0,03	0,03	0,03	2	10,5	17	0		0		1,13
PDT	1,38	1,27	1,29	73	13,9	451	10	13,2	66	0,93	1,08
PHS	0,37	0,40	0,40	45	18,1	204	1	14,3	6	0,75	0,93
PMDB	1,35	2,43	2,18	152	23,5	494	19	12,8	129	0,40	0,55
PMN	0,40	0,69	0,63	69	21,7	249	3	13,6	19	0,55	0,59
PP	0,77	1,24	1,15	86	19,5	355	6	12,2	43	0,54	0,62
PPS	0,63	0,99	0,93	77	17,1	373	3	8,1	34	0,40	0,64
PR	1,09	1,54	1,46	65	17,2	312	5	8,9	51	0,43	0,71
PRB	0,44	0,46	0,46	61	21,3	226	1	5,6	17	0,20	0,96
PRP	0,39	0,58	0,55	42	14,8	241	1	7,7	12	0,47	0,66
PRTB	0,66	0,45	0,48	37	15,6	200	2	22,2	7	1,58	1,48
PSB	0,74	1,07	1,00	117	19,9	471	14	19,2	59	0,95	0,69
PSC	0,65	0,82	0,78	99	22,1	349	7	20,6	27	0,91	0,79
PSDB	1,28	2,58	2,36	97	16,8	479	15	12,5	105	0,65	0,50
PSDC	0,46	0,41	0,42	27	15,3	149	1	12,5	7	0,78	1,12
PSL	0,17	0,59	0,52	61	16,3	314	0		18		0,28
PSOL	0,17	0,10	0,11	42	13,5	268	1	25,0	3	2,15	1,75
PSTU	0,02	0,05	0,04	12	41,4	17	0		0		0,47
PT	1,82	2,03	1,99	150	18,9	645	28	19,0	119	1,01	0,90
PT do B	0,83	0,63	0,66	49	19,0	209	4	21,1	15	1,15	1,32
PTB	0,41	1,02	0,91	92	18,1	415	4	8,5	43	0,39	0,40
PTC	0,16	0,33	0,30	57	15,8	303	0		9		0,50
PTN	0,27	0,54	0,49	51	19,2	215	1	7,1	13	0,31	0,50
PV	0,43	0,64	0,59	130	21,0	489	3	8,1	34	0,32	0,67

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

(DEM e PP) arrecadaram 0,50 e 0,62, respectivamente, do que arrecadaram os homens dos seus partidos. Portanto, a arrecadação das mulheres foi visivelmente maior nos partidos de esquerda, enquanto entre os de centro e de direita houve uma pequena vantagem para as mulheres dos partidos de direita.

Para o cargo de deputado federal, as receitas das mulheres ficaram distantes daquelas referentes aos homens em todos os partidos. Aqui, diferentemente da posição anteriormente analisada, não houve diferenças significativas de arrecadação por linhas ideológicas dos partidos, embora em dois partidos de esquerda (PSB e PDT) e em um de direita (PP) a arrecadação média das mulheres tenha sido um pouco melhor do que nos demais. Nestes, a arrecadação delas ficou entre 0,60 e 0,69 da arrecadação deles. O PSBD foi o partido onde as mulheres tiveram pior desempenho em termos de arrecadação média – apenas 0,28 daquela referente aos homens. Coerentemente com nossa interpretação, este foi um dos partidos onde o desempenho eleitoral médio das mulheres foi um dos piores. A razão de chances de eleição de mulheres no PSDB foi de apenas 0,23; ou seja, dos partidos aqui analisados, ela foi superior apenas à do PTB (0,17).

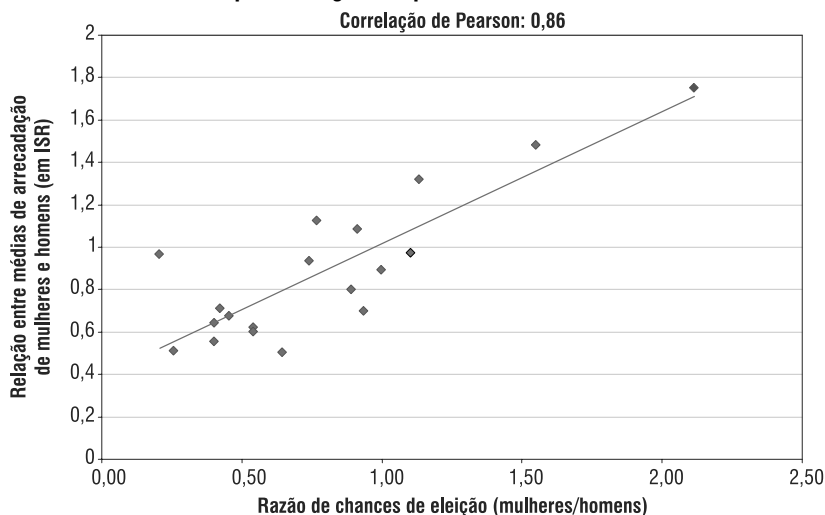
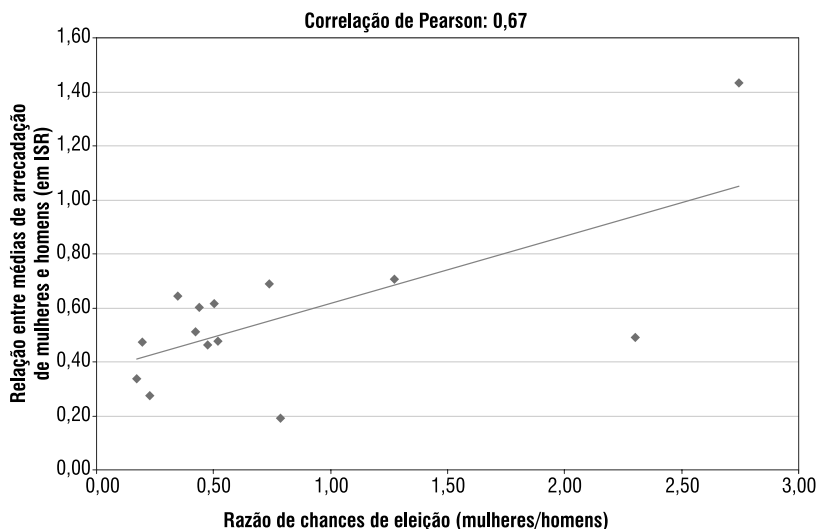
Gráfico 9
Associação entre financiamento (em ISR) e sucesso eleitoral feminino relativo ao masculino para o cargo de deputado estadual. Brasil – 2010

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Tabela 8

Relação entre receitas e mulheres eleitas para o cargo de deputada federal, segundo partidos políticos. Brasil – 2010

Partidos	Média de ISR			Candidatos			Eleitos			Razão de chances de eleição (M/H)	Relação entre médias de arrecadação de mulheres e homens (em ISR)
	Mulheres	Homens	Total	Mulheres		Homens	Mulheres		Homens		
	(A)	(B)		N. abs.	%	N. abs.	N. abs.	%	N. abs.		(A/B)
Brasil	**0,56**	**1,17**	**1,07**	**605**	**15,9**	**3.202**	**45**	**8,8**	**468**	**0,47**	**0,48**
DEM	1,06	2,30	2,20	13	8,1	148	2	4,7	41	0,47	0,46
PC do B	1,51	1,05	1,16	23	22,5	79	6	40,0	9	2,75	1,43
PDT	0,61	1,01	0,95	34	15,0	193	2	7,7	24	0,44	0,60
PHS	0,10	0,18	0,17	16	12,2	115			2		0,55
PMDB	1,17	2,45	2,27	43	14,1	261	7	9,0	71	0,52	0,48
PMN	0,18	0,26	0,24	34	20,9	129	1	25,0	3	1,27	0,71
PP	1,24	2,01	1,90	26	14,7	151	4	9,1	40	0,50	0,62
PPS	0,26	1,09	0,95	20	16,7	100			12		0,24
PR	0,96	2,03	1,85	22	16,4	112	2	5,0	38	0,19	0,47
PRB	0,07	0,40	0,36	13	12,1	94			8		0,16
PRP	0,03	0,12	0,11	8	12,3	57			2		0,26
PRTB	0,04	0,12	0,11	9	11,4	70			2		0,32
PSB	0,58	0,85	0,80	45	17,9	207	5	14,3	30	0,74	0,69
PSC	0,19	1,00	0,89	22	14,2	133	2	11,8	15	0,79	0,19
PSDB	0,74	2,68	2,34	41	17,4	195	3	5,7	50	0,23	0,28
PSL	0,08	0,33	0,28	21	19,3	88			1		0,23
PSOL	0,08	0,05	0,05	22	12,4	156			3		1,55
PT	1,38	2,69	2,48	49	16,3	251	8	9,2	79	0,42	0,51
PT do B	0,09	0,19	0,18	12	13,2	79	1	25,0	3	2,30	0,49
PTB	0,30	0,90	0,78	48	20,0	192	1	4,5	21	0,17	0,34
PTC	0,02	0,12	0,10	34	17,8	157			1		0,17
PV	0,31	0,49	0,46	50	17,5	235	1	7,1	13	0,35	0,64

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Gráfico 10
Associação entre financiamento (em ISR) e sucesso eleitoral feminino relativo ao masculino para o cargo de deputado federal
Brasil – 2010

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

A correlação entre receita das mulheres nos partidos e sucesso eleitoral foi de 0,84, para o cargo de deputado estadual, e 0,47, para o de deputado federal. Porém, se considerados apenas os oito principais partidos na Câmara dos Deputados, os quais representam 80% do volume total dos recursos gastos em campanhas, esta correlação aumenta consideravelmente para a posição de deputado federal (0,79) e diminui um pouco para a de deputado estadual (0,76), como pode ser visto nos Gráficos 11 e 12. Isso indica que, nos partidos onde a arrecadação média das campanhas femininas foi mais próxima da arrecadação média masculina, a tendência foi de maior desempenho eleitoral delas.

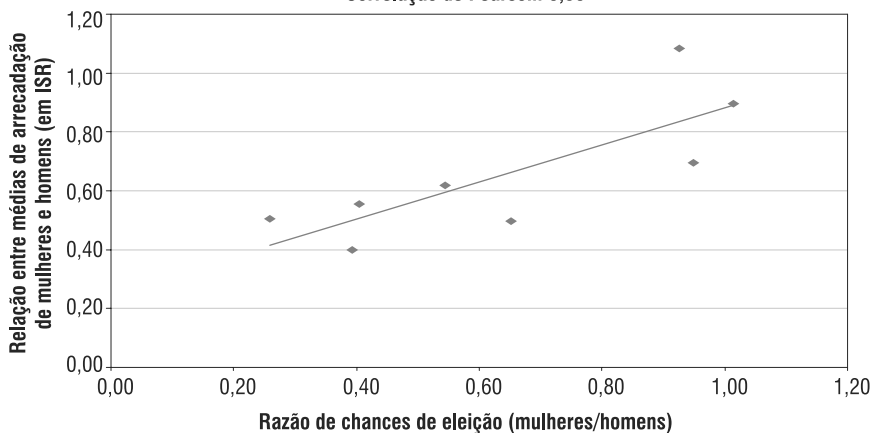
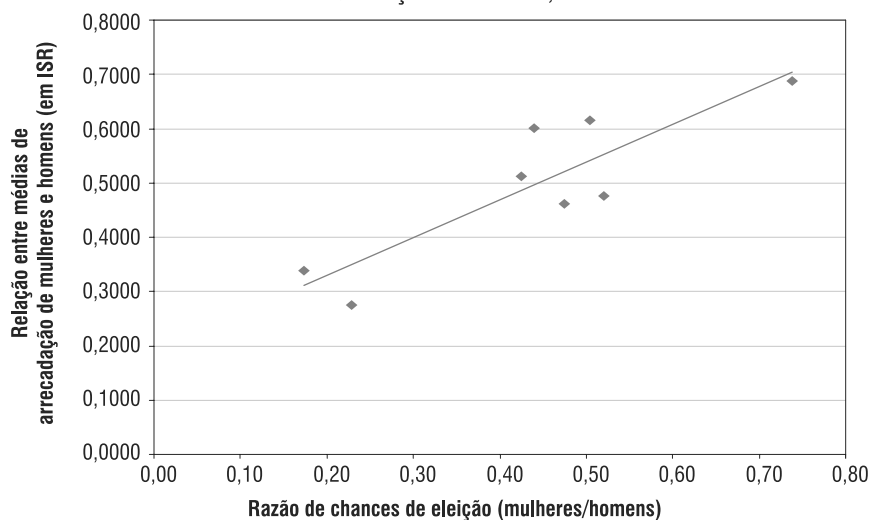
Gráfico 11
Associação entre financiamento (em ISR) e sucesso eleitoral feminino relativo ao masculino para o cargo de deputado estadual, nos oito principais partidos políticos
Brasil – 2010

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Gráfico 12
Associação entre financiamento (em ISR) e sucesso eleitoral feminino relativo ao masculino para o cargo de deputado federal, nos oito principais partidos políticos
Brasil – 2010

Fonte: Tribunal Superior Eleitoral – TSE.

Os dados discutidos nesta seção reafirmam a importância do financiamento para o sucesso eleitoral, por meio da alta correlação existente entre dinheiro gasto em campanhas e razão de chances. Tanto nos Estados como nos partidos onde as receitas das mulheres foram mais próximas às dos homens, o desempenho eleitoral delas foi maior. Isto vale tanto para o cargo de deputado estadual como para o de deputado federal. Ou seja, sendo o financiamento um recurso eleitoral central, para que ocorra um aumento na representação política feminina no Brasil, é necessário haver uma equiparação das arrecadações e gastos de campanha de homens e mulheres.

Conclusões

Este estudo apresentou uma análise sobre o financiamento eleitoral nas eleições de 2010 no Brasil, enfocando nas receitas de campanha de homens e mulheres, com o objetivo de investigar em que medida possíveis diferenças de arrecadação entre eles contribuem para explicar o baixo desempenho eleitoral das mulheres. Os dados analisados permitem concluir que há diferenças significativas entre o financiamento das campanhas de homens e de mulheres, bem como uma alta correlação entre as receitas dos candidatos de ambos os sexos e suas chances de sucesso eleitoral. Isto pôde ser verificado em relação a todas as posições eletivas e situações aqui analisadas, como, por exemplo, entre os diferentes Estados e partidos. O desempenho eleitoral das mulheres foi melhor nos Estados e partidos onde suas receitas foram maiores. Pode-se, portanto, concluir que o financiamento eleitoral é um dos fatores preponderantes para explicar o baixo desempenho das mulheres nas urnas.

Uma comparação entre os dados de 2006 e 2010 também aponta para o fato de que as diferenças entre as receitas de homens e mulheres estão aumentando, sendo que o desequilíbrio é maior para o pleito de deputado federal do que para o de deputado estadual. Estes cargos são os mais disputados e, portanto, não surpreende que as mulheres tenham mais desvantagem em relação aos homens.

Entre as fontes principais de diferenças estão: os investimentos de recursos dos próprios candidatos; as doações de pessoa jurídica; e as doações dos partidos. Estas representam também as parcelas maiores do montante do financiamento das campanhas de ambos os sexos. Não é nosso objetivo identificar os motivos para estas diferenças, já que isso requer análises que vão além do escopo desta pesquisa. Porém, para fins exploratórios, é possível levantar algumas suposições.

Primeiramente, há vários fatores que podem contribuir para que as mulheres gastem menos recursos próprios em suas campanhas. Como demonstrado no texto sobre os bens dos candidatos, neste livro, as mulheres que disputam eleições são, em média, mais pobres do que os homens. Conforme destacam alguns estudos, elas tendem a ser mais comedidas no uso de seus recursos para fins pessoais (neste caso, como investimento em suas campanhas), uma vez que possuem uma visão mais coletiva ou familiar do pertencimento e uso de sua renda. Elas podem também duvidar que tenham chances reais de se elegeram, antecipando percalços no decorrer de sua campanha relacionados à arrecadação de recursos, ou a fatores políticos e culturais. Portanto, parece lógico que as mulheres invistam menos de seus próprios recursos em campanhas eleitorais. Porém, a injeção de recursos financeiros na fase inicial das campanhas – quando deverão ser formados os comitês e grupos de apoiadores – pode ser um fator crítico para definir os rumos da campanha e o recebimento de novas doações.

Segundo, as mulheres são relativamente novatas na política eleitoral e também menos articuladas em grupos e associações políticas formais, sendo que o número de candidaturas femininas à reeleição é consideravelmente inferior ao dos homens. Contudo, a relação dos prospectivos candidatos com financiadores privados é facilitada quando estes já ocupam cargos na estrutura representativa e/ou partidária, ou fazem parte de redes de associações profissionais ou políticas específicas. Este perfil de candidato tem também maior apelo para os partidos, que, buscando maximizar o número de cadeiras ocupadas por sua legenda, tendem a investir maiores quantias de recursos em candidatos com currículo eleitoral mais consolidado. Ou seja, as mulheres carecem de um capital social e político que mais facilmente conduz à arrecadação de fundos de campanha.

Assim, a resposta para a construção de campos mais equilibrados de disputa eleitoral entre homens e mulheres não se encontra exclusivamente nos partidos.

Se um financiamento eleitoral equânime é uma condição para que os candidatos tenham chances similares de se elegerem, uma questão importante é: que iniciativas poderiam ser adotadas para atingir este objetivo? As propostas podem contemplar tanto iniciativas sociais quanto institucionais. Nos Estados Unidos, por exemplo, existem organizações feministas, ligadas aos diferentes partidos, que conduzem campanhas permanentes de arrecadação de fundos para as campanhas das mulheres. Com isso, as candidaturas femininas recebem quantias similares, ou

mesmo superiores, às dos homens (é importante salientar, porém, que mesmo assim, em consequência de algumas especificidades do seu sistema eleitoral, o número de mulheres representantes naquele país não é expressivo). Se tais iniciativas seriam viáveis no Brasil, porém, é uma questão a ser considerada?

Um foco importante de ação é a estrutura partidária. Embora os partidos não representem a única fonte desigual de distribuição de recursos financeiros entre mulheres e homens, é onde aparentemente há maior possibilidade de mudança por meio da ação política, particularmente porque os próprios partidos, especialmente os de esquerda, têm uma retórica de compromisso com a inclusão progressiva das mulheres em posições de tomada de decisão política. Pouco pode de imediato ser feito com relação ao fato de que as mulheres têm menos recursos próprios para investir em suas campanhas, ou que elas recebem apoio menor das empresas, mas os partidos poderiam contribuir para uma mudança do quadro de subfinanciamento das campanhas femininas, atuando positivamente, ou ao menos garantindo paridade, na alocação de seus recursos.[7]

O projeto principal das mulheres dos partidos e de suas/seus aliadas/os no Congresso brasileiro diz respeito às reformas no sistema eleitoral e no modelo de financiamento de campanhas. Há duas iniciativas centrais neste sentido: fechamento das listas nas eleições proporcionais; e financiamento público de campanhas. A reforma política em discussão no Congresso oferece uma plataforma para apreciação destas questões e poderia constituir-se em um momento-chave para efetivação de mudanças relacionadas ao projeto de um maior acesso de mulheres a posições eletivas. Se mudanças serão possíveis na presente correlação de forças é, no entanto, uma questão a ser verificada. Como os que se elegem são os que têm maior suporte financeiro, é intuitivo supor que os representantes no Congresso não terão interesse em tais reformas. Porém, há um movimento forte de mulheres e uma articulação sólida delas no Congresso nacional, que em outros momentos foram responsáveis pela implementação de políticas de defesa dos direitos das mulheres. A probabilidade de haver um maior equilíbrio nas condições de disputa eleitoral entre homens e mulheres e, consequentemente, de um aumento substancial na presença de mulheres em cargos públicos depende, em grande medida, da correlação de forças

[7] Faz-se necessário, porém, salientar que parte significativa do montante do dinheiro que é distribuído pelos partidos para os seus candidatos (particularmente nas últimas eleições dado o significante acréscimo nos recursos provenientes desta fonte) é oriunda de repasse da iniciativa privada e, portanto, os partidos podem ter menos autonomia quanto à decisão do seu destino.

estabelecida nos espaços de tomada de decisão política e da habilidade dos atores de negociarem e pressionarem por tais mudanças.

Referências

ARAUJO, C.; ALVES, J. E. Impactos de indicadores sociais e do sistema eleitoral sobre as chances das mulheres nas eleições e suas interações com as cotas. **Dados**, v. 50, n. 3, p. 535-577, 2007.

BALLINGTON, J. Gender equality in political party funding. In: AUSTIN, R.; TJERNSRÖM, M. (Orgs.). **Funding of political parties and election campaigns**. Stockholm: Idea, 2003, p. 157-167.

BRITTO, D. **O elo corporativo?** Grupos de interesse, financiamento de campanha e regulação eleitoral. Dissertação (Mestrado em Ciência Política). Recife, Universidade Federal de Pernambuco, 2009.

IBOPE/INSTITUTO PATRÍCIA GALVÃO. **Mulheres na política**. São Paulo, 2009. Disponível em: <http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/images/stories/PDF/politica/pesqmulherepol.pdf>. Acesso em: 15 set. 2010.

MATLAND, R. Enhancing women's political participation: legislative recruitment and electoral systems. In: BALLINGTON, J.; KARAN, A. **Women in Parliament**: beyond numbers. Stockholm: Idea, 2005.

NORRIS, P. Comparing legislative recruitment. In: NORRIS, P.; LOVENDUSKI, J. (Org.). **Gender and party politics**. London: Sage, 1993.

________. Conclusions: comparing legislative recruitment. In: LOVENDUSKI, J.; NORRIS, P. (Orgs.). **Gender and party politics**. London: Sage, p. 309-330, 1993.

NORRIS, P.; INGLEHART, R. Women politicians: transforming westminster? In: NORRIS, P.; LOVENDUSKI, J. (Orgs.). **Women in politics**. Oxford: Oxford University Press, 1996.

RULE, W. Parliament of, by, and for the people: except for women? In: RULE, W.; ZIMMERMAN, J. **Electoral systems in comparative perspective**: their impact on women and minorities. Westport: Greenwood, 1994.

SACCHET, T. Partidos políticos e sub-representação feminina: um estudo sobre recrutamento legislativo e financiamento de campanhas no Brasil. In: PAIVA, D.; BEZERRA, H. D (Orgs.). **Mulheres, política e poder**. Goiânia: Cânone Editorial, 2011.

________. Representação política e gênero no Brasil: uma análise sobre a responsividade dos partidos. In: FÓRUM DESAFIOS METODOLÓGICOS E INSTITUCIONAIS DAS PESQUISAS EM GÊNERO E POLÍTICA. 34º Encontro da Anpocs. Caxambu/MG, 25 a 29 out. 2010.

________. Capital social, gênero e representação política no Brasil. **Opinião Pública**, Campinas, v. 15, n. 2, 2009.

________. Political parties and gender in Latin America: an overview of conditions and responsiveness. In: GOETZ, A. M. (Org.). **Governing women**: women´s political effectiveness in contexts of democracy and governance reform. New York: Routledge, 2008, p. 148-172.

SACCHET, T.; SPECK, B. W. IPSA Research Committee on Political Finance and Political Corruption, RC20. Annual Meeting on Political Finance and Corruption. Liubliana, Slovênia, 24 a 26 de jul. 2010a.

________. Financiamento eleitoral e representação política: o peso do dinheiro e o desequilíbrio de gênero nas esferas legislativas. Congresso da Anpocs. Caxambu, 2010b.

SAMUELS D. **Ambition, federalism, and legislative politics in Brazil.** Cambridge University Press, 2003.

________. Money, elections, and democracy in Brazil. **Latin American Politics and Society**, v. 43, Issue 2, p. 27-48, 2001.

SARTORI, G. **Elementos de teoria política**. Madrid: Alianza, 1992.

SPECK, B. W. Reagir a escândalos ou perseguir ideais? A regulação do financiamento político no Brasil. **Cadernos Adenauer**, Ano 6, n. 2, p. 123-159, 2005.

ZIMERMAN, J. Equity in representation for women and minorities. In: RULE, W.; ZIMMERMAN, J. (Orgs.). **Electoral systems in comparative perspective**: their impact on women and minorities. Westport: Greenwood, 1994.

Participação feminina e dinâmica de campanha no HGPE nas eleições 2010 para a Câmara dos Deputados

Karolyne Romero*
Marcus Figueiredo**
Clara Araújo***

Este capítulo tem como objetivo analisar os dados referentes ao Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) exibido durante a campanha eleitoral ocorrida no Brasil em 2010. Pretende-se mostrar como se dá a distribuição do espaço no HGPE entre os gêneros e comparar as principais estratégias e recursos utilizados, bem como os principais temas e agendas abordados pelos candidatos e candidatas. A intenção é aferir a participação feminina no HGPE e verificar se há diferenças de gênero na dinâmica de campanhas dos candidatos a deputado federal.

Regulamentado pela Lei das Eleições (Lei n. 9.504/1997, alterada pela Lei n. 12.034/2009), a principal finalidade do HGPE é reduzir as disparidades econômicas entre candidatos, permitindo o acesso gratuito a um importante mecanismo de divulgação. Contudo, a efetividade desse objetivo ainda é motivo de debate, em função da estreita relação que existe entre o HGPE e a dinâmica partidária. Por força de dispositivos legais, a divisão do tempo do HGPE ocorre com base em dois critérios. O primeiro é paritário: 1/3 do tempo total é dividido igualmente entre os partidos. O segundo é proporcional: 2/3 do tempo total é divido proporcionalmente, levando em conta a representatividade dos partidos na Câmara Federal. (CERVI; MASSUCHIN, 2011, p. 6-7).

Após a distribuição do tempo de propaganda aos partidos, fica a critério das lideranças e/ou direções dos mesmos a distribuição do tempo entre os seus candidatos. Enquanto entre os candidatos majoritários o tempo é definido previamente com base no total de minutos que o partido/coli-

* Graduanda do curso de Ciências Sociais na Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
** Doutor em Ciência Política pela USP. Professor do Iesp/UERJ e coordenador do Doxa – Laboratório de Pesquisas em Comunicação e Política e Opinião Pública.
*** Doutora em Sociologia. Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

gação dispõe, no caso das eleições proporcionais a divisão do tempo é decidida pela liderança, sem nenhum tipo de regulação. Assim, o espaço é estrategicamente distribuído pelo partido, ou seja, depende de quem é considerado preferencial internamente no partido. A atribuição de tempo pode variar de uma divisão igualitária entre os candidatos até a participação de apenas um candidato que seja considerado com “chances eleitorais”. (SCHIMITT et. al., 1999, p. 9). Logo, a dinâmica e a distribuição do tempo no HGPE aparecem atreladas fortemente aos interesses e às estratégias partidárias, além de se tornar um valioso instrumento de “barganha” entre candidatos e partidos, no que tange à filiação, e entre os partidos diversos na formação de suas coligações.

Dessa forma, a partir das análises do HGPE, é possível apreender dois tipos de estratégias utilizadas em campanhas eleitorais. A primeira, por parte dos partidos, que organizam o HGPE e priorizam candidatos a partir da dinâmica interna de competição eleitoral. E a segunda, por parte dos candidatos, que, ao receberem um espaço no HGPE, utilizam esse recurso para promover suas candidaturas e agendas.

Diversos trabalhos e pesquisas já se ocuparam do estudo sobre representação feminina (ARAÚJO, 2005; AVELAR, 2001; MIGUEL, 2001, entre outros). Aqui interessa, também, observar como a representação feminina se dá no HGPE, e se homens e mulheres participantes possuem os mesmos espaços, estratégias e agendas.

Informações metodológicas

O material aqui apresentado é um recorte da pesquisa realizada por Marcus Figueiredo e pelo Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (Doxa/Iesp/UERJ), para o consórcio Bertha Lutz, que consistiu em acompanhar o HGPE em quatro níveis de competição eleitoral nas eleições 2010: Presidência da República, Senado Federal, Legislativo federal e governo dos respectivos Estados selecionados. Neste estudo, por razão de espaço, apresentam-se somente os dados referentes aos candidatos à Câmara dos Deputados.

Os programas aqui analisados foram gravados no decorrer dos 45 dias de propaganda eleitoral gratuita na televisão, cobrindo 19 Estados. Os dados utilizados foram coletados por meio de um roteiro[1] constituído

---

[1] O roteiro foi elaborado em conjunto pelos pesquisadores membros do Consórcio, Marcus Figueiredo (Iesp), Clara Araújo (UERJ) e Maria das Dores Machado (UFRJ), tomando por base as pesquisas desenvolvidas pelo Doxa.

por questões de respostas únicas (RU) e por questões de respostas múltiplas (RM). As RMs, em particular, permitem melhor compreensão da complexidade das propagandas que geralmente, devido ao curto espaço de tempo, apresentam-se com diversos elementos semânticos, simbólicos, performáticos e tecnológicos que coexistem (FIGUEIREDO, 2004).

A escolha dos Estados levou em consideração os critérios de representatividade regional e partidária, com base no número de deputados em cada Unidade da Federação e nas grandes regiões brasileiras.[2] Os Estados acompanhados foram: Alagoas, Amazonas, Amapá, Bahia, Ceará, Distrito Federal, Goiás, Maranhão, Minas Gerais, Pernambuco, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rondônia, Roraima, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Sergipe e São Paulo. Contudo, por motivos variados, os programas aqui citados não foram gravados sequencialmente na totalidade dos 45 dias previstos em todos os Estados. Em alguns deles, ocorreram perdas substanciais, tornando alguns Estados pouco representativos. Ainda assim, conta-se com uma quantidade substancial de material que, mesmo não sendo sequencial, acompanha o início, meio e fim dos programas, totalizando 16.271 programas realizados por 2.230 candidatos e candidatas aptos (Tabela 1).

Com exceção dos dados referentes à frequência de participação de homens e mulheres no HGPE, as análises a seguir terão como unidade de estudo “a propaganda” do candidato e não, necessariamente, o candidato em si. Dessa forma, as frequências apresentadas correspondem ao número de vezes que um determinado elemento ou recurso foi acionado ou apareceu nas propagandas, independentemente de a mesma propaganda ter sido repetida durante todo o período de campanha por um mesmo candidato ou se em diferentes propagandas exibidas por candidatos diversos.

Para tanto, os dados serão apresentados divididos em três seções. A primeira tem por objetivo traçar um perfil dos candidatos e candidatas que participaram do HGPE. Para tanto, são utilizadas também informações disponibilizadas pelo Tribunal Superior Eleitoral (TSE) sobre o número total de candidatos. A presença ou ausência nesse espaço já seria um elemento definidor de mais ou menos recursos por parte do partido. A segunda visa

[2] Inicialmente, a escolha destes Estados para o HGPE teve como parâmetro a amostragem estabelecida para o *survey* de candidaturas, realizado pelo Consórcio Bertha Lutz, que pesquisou 14 Estados. Contudo, surgiu a possibilidade de ampliar para outros cinco Estados, o que significou pela primeira vez cobrir 19 Estados. Mais informações metodológicas acerca da escolha dos Estados podem ser encontradas no Relatório de Pesquisa do Consórcio Bertha Lutz, disponível em arquivo pdf.

apontar as principais estratégias e recursos utilizados pelos candidatos, mostrando as similitudes e diferenças entre homens e mulheres. Finalmente, na terceira seção, são abordados os principais temas e agendas apresentados pelos candidatos e candidatas.

Tabela 1
Distribuição das propagandas dos candidatos a deputado federal, por sexo
Estados selecionados – 2010

Em porcentagem

Estados	Homens	Mulheres	Total
AL	3,7	3,8	3,9
AM	3,5	3,9	3,6
AP	5,0	9,0	5,6
BA	4,1	1,2	3,7
CE	6,5	3,8	6,1
DF	10,1	18,6	11,3
GO	1,2	0,9	1,2
MA	3,4	3,8	3,5
MG	11,5	6,7	10,8
PE	5,6	4,5	5,5
PR	11,5	8,1	11,0
RJ	2,1	2,2	2,1
RN	4,4	2,8	4,2
RO	2,6	5,2	3,0
RR	4,0	4,1	4,0
RS	7,7	9,1	7,9
SC	2,2	3,0	2,3
SE	0,9	0,8	0,9
SP	9,9	8,5	9,7
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: Pesquisa Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.

Perfil dos candidatos que apareceram no HGPE

Esta primeira seção tem por objetivo observar como o HGPE foi distribuído e por quem foi ocupado. Para isso, foram utilizados os dados disponibilizados pelo TSE,[3] acerca dos candidatos aptos à eleição para a Câmara dos Deputados em 2010. No total, 4.860 candidatos concorriam por 27 partidos a uma das 513 vagas para deputado federal, nas 27

[3] Os dados citados foram extraídos do banco de dados elaborado pelo Cfemea, a partir da coleta dos dados divulgados pelo TSE, para o Consórcio Bertha Lutz, em outubro de 2010.

unidades da federação. Desses, 3.932 eram do sexo masculino (80,9%) e 928 do feminino (19,1%). Isso indica que, mais uma vez, não se cumpriu a Lei Eleitoral 9.504/97, que estabelece um percentual mínimo obrigatório de 30% de candidaturas de mulheres para os cargos proporcionais. Como não foi possível acompanhar a totalidade dos Estados brasileiros, utiliza-se, enquanto parâmetro, o universo de candidaturas que compuseram os 19 Estados acompanhados no HGPE, o que corresponde a 4.298 candidatos aptos,[4] sendo 3.498 homens (81,4%) e 800 mulheres (18,6%).

O HGPE para Câmara Federal totalizou 16.271 propagandas, ou seja, aparições realizadas por 2.230 candidatos. Dessa forma, verifica-se que apenas 51,9% dos candidatos aptos a participarem das eleições apareceram no HGPE. Assim, quem participou no HGPE usufruiu de alguma preferência.[5] A partir das informações disponibilizadas pelo TSE, será traçado um perfil destes candidatos. Importa esclarecer que não se pretende apontar pré-requisitos de participação ou não, mas sim apresentar um desenho das principais características de homens e mulheres que tiveram propagandas veiculadas no HGPE.

No que tange aos partidos,[6] dos candidatos aptos e participantes desta coleta, 45,7% eram de partidos pequenos, 34,2% pertenciam a partidos grandes e 20,0% a partidos médios. Sobre a distribuição dos candidatos por faixa de tempo no HGPE (Tabela 2), 57,7% dos candidatos de partidos pequenos apareceram em até 30 segundos e 34,7% dos candidatos de partidos grandes apareceram em mais de 100 segundos, o que indica estratégias diferentes por parte das agremiações. A escolaridade em geral é bastante elevada, para ambos os sexos, sendo que mais de 50% dos candidatos apresentam nível de ensino superior. A faixa etária predominante, para as mulheres, é a de 50 a 59 anos (34,9%) e, para os homens, a de 40 a 49 anos (33,8%). A cor/raça dos candidatos não é informada pelo TSE. Quanto ao estado civil, os candidatos são predominantemente casados, com um percentual maior entre os homens (65,0%) do que entre as mulheres (42,5). Importa informar que, financeiramente, os homens aparecem com investimentos maiores na campanha. Enquanto 3,7% das mulheres declararam uma receita de mais de R$ 1.000.000,00 na campanha, quase três vezes mais homens (11%) informaram o mesmo valor.[7]

---

[4] O que corresponde a 88,4% do total nacional.

[5] Aqui não está em discussão os motivos que produzem essa seleção.

[6] Grandes: DEM, PMDB, PSDB e PT; médios: PDT, PTB, PR, PSB e PP; pequenos: demais.

[7] Conforme levantamentos do Consórcio com base nas declarações de renda dos candidatos no TSE.

Tabela 2
Distribuição dos candidatos a deputado federal, por tamanho de partido, segundo faixa de tempo no HGPE. Estados selecionados – 2010

Em porcentagem

Faixa de tempo no HGPE	Partidos grandes	Partidos médios	Partidos pequenos	Total
Entre 1 e 10 segundos	12,5	33,9	36,6	27,8
Entre 11 e 30 segundos	19,8	25,1	21,1	21,4
Entre 31 e 60 segundos	19,4	14,3	12,4	15,2
Entre 61 e 100 segundos	13,6	9,9	9,1	10,8
Mais de 100 segundos	34,7	16,8	20,8	24,8
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: Pesquisa Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.

Como já foi mencionado, apenas 51,9% dos candidatos aptos participaram do HGPE. Dos 3.498 candidatos homens concorrendo, somente 54,4% apareceram no HGPE e, entre as mulheres, esse percentual é ainda menor: 40,9% das 800 candidatas aptas (Tabela 2).

Tabela 3
Candidatos a deputado federal que participaram do HGPE, segundo sexo Estados selecionados – 2010

Sexo	Total candidatos	Candidatos que participaram do HGPE	% de candidatos que participaram do HGPE
Homens	3.498	1.903	54,4
Mulheres	800	327	40,9
Total	**4.298**	**2.230**	**51,8**

Fonte: Pesquisa Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.

Para além de "participar ou não no HGPE", outra questão importante a enfatizar é a frequência com que estes candidatos apareceram. Dos 16.271 programas gravados, 86,1% foram realizados por candidatos homens e 13,8% por candidatas.[8] Isso indica que, quando se deixa de observar a proporção de indivíduos por sexo, passando a considerar o total de aparições por sexo, esse filtro fica ainda mais claro. Há um decréscimo na frequência de programas de candidatas mulheres (13,8%) em relação ao percentual de candidaturas femininas (18,6%). Esta constatação também

[8] O valor de 0,1% foi contabilizado especialmente no Estado do Alagoas em razão de 24 propagandas realizadas por partidos sem nenhum candidato específico, tendo como objetivo a propaganda voltada para o voto na legenda.

pode ser encontrada na pesquisa de Cervi (2011), sobre o HGPE exibido para a disputa ao cargo de deputado federal pelo Estado do Paraná.

A sub-representação feminina já tão conhecida nas candidaturas, no que tange à participação no HGPE, potencializa-se não só no acesso, mas também na frequência de aparições. Como a divisão do tempo do HGPE é resultado das escolhas internas dos partidos na distribuição de recursos de campanha para os seus candidatos, constata-se, a partir desses dados, que, efetivamente, há um filtro realizado pelos partidos em relação a quem vai ou não aparecer no HGPE, atingindo negativamente as mulheres.

Tendo em vista que "aparecer ou não" é um importante recurso de campanha, observou-se também a distribuição do tempo utilizado pelos candidatos (Tabela 4). Neste quesito, 50% dos candidatos participaram em propagandas com até 30 segundos. Constata-se, então, que acima de 30 segundos pode ser considerado um espaço com algum critério de prioridade e seletividade. Entre as propagandas com mais de 30 segundos, os candidatos do sexo masculino ocuparam esse espaço com mais frequência do que as mulheres. Contudo, especificamente entre as propagandas com mais de 100 segundos, há um salto no percentual feminino, o que é coerente com os resultados encontrados neste Consórcio, que sugerem que as mulheres se apresentam melhor em um universo menor de candidatos.

Tabela 4
Distribuição dos candidatos a deputado federal que participaram no HGPE, por sexo, segundo faixa de tempo. Estados selecionados – 2010

Tempo no HGPE	Homens		Mulheres		Total	
	N. abs.	%	N. abs.	%	N. abs.	%
Entre 1 e 10 segundos	525	27,6	95	29,1	620	27,8
Entre 11 e 30 segundos	398	20,9	80	24,5	478	21,4
Entre 31 e 60 segundos	292	15,3	47	14,4	339	15,2
Entre 61 e 100 segundos	210	11	31	9,5	241	10,8
Mais de 100 segundos	478	25,1	74	22,6	552	24,8
Total	**1.903**	**100,0**	**327**	**100,0**	**2.230**	**100,0**

Fonte: Pesquisa Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.

Recursos e estratégias de campanha

Reconhecido por partidos e candidatos como um mecanismo importante de visibilidade, o HGPE tornou-se uma privilegiada ferramenta de campanha, cumprindo o papel de divulgar ou mesmo reafirmar candida-

turas. Esta segunda seção destina-se a apresentar os principais recursos e estratégias utilizados por esses atores neste espaço, de forma a compreender melhor as dinâmicas da campanha eleitoral.

Cabe ressaltar que, embora não haja consenso sobre o real impacto do HGPE sobre os resultados eleitorais, pesquisas indicam que "os eleitores, ainda que não o façam diariamente, assistem (no todo ou em parte) a diversos programas eleitorais na TV ou no rádio durante as semanas de campanha" e que "parcelas significativas do eleitorado escolhem os seus candidatos pela propaganda gratuita" (SCHIMITT et. al., 1999, p. 8).

Alguns autores se ocupam do estudo desse tema, como Figueiredo (2007), que analisa o efeito da propaganda eleitoral na construção da intenção de voto, e Miguel (2004), que faz uma análise sobre o impacto dos meios de comunicação sobre os processos políticos e eleitorais. Na presente coletânea, Araújo e Borges fazem um estudo exploratório, mostrando que os candidatos que apareceram no HGPE tinham mais chances de serem eleitos do que os que não apareceram. Os autores mostram ainda que, quanto mais tempo os candidatos utilizaram esse instrumento, maiores foram as chances de serem eleitos. Essa suposição pode ser constatada nos dados apresentados na Tabela 5. O número de candidatos eleitos que apareceram na propaganda é quatro vezes maior do que o daqueles eleitos que não participaram do HGPE. Destaca-se ainda que, entre os candidatos eleitos que apareceram, 38,4% tiveram tempo de exposição superior a 100 segundos.

Tabela 5
Distribuição dos candidatos a deputado federal, por situação de eleição, segundo faixas de tempo das propagandas no HGPE. Estados selecionados – 2010

Faixa de tempo no HGPE	Não eleitos		Eleitos		Total	
	N. abs.	%	N. abs.	%	N. abs.	%
Não apareceu	1.985	51,3	83	19,2	2.068	48,12
Entre 1 e 10 segundos	588	15,2	32	7,4	620	14,43
Entre 11 e 30 segundos	416	11,8	62	14,3	478	11,12
Entre 31 e 60 segundos	292	7,5	47	10,8	339	7,89
Entre 61 e 100 segundos	199	5,1	42	9,7	241	5,61
Mais de 100 segundos	386	10,0	166	38,4	552	12,84
Total	**3,866**	**100,0**	**432**	**100,0**	**4.298**	**100,0**

Fonte: Pesquisa Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.

No entanto, a relação entre o HGPE e as chances de eleição não pode ser encarada de uma maneira causal. É sabido que diversos outros

fatores influenciam na elegibilidade dos candidatos, tal como o tamanho dos partidos, o sistema eleitoral e se tem ou não uma trajetória política, tendo em vista que candidatos à reeleição possuem mais chances do que os demais. Além disso, no caso das mulheres, soma-se outra gama de fatores que podem influenciar suas chances (ARAUJO; ALVES, 2007).

Constatada a importância do HGPE, foram observadas as principais estratégias utilizadas pelos candidatos e candidatas na composição de suas propagandas. Para a análise das estratégias, o tempo destinado a cada candidato foi dividido em segmentos, que se referem a cada bloco da propaganda eleitoral dividido por cortes de câmera. Por exemplo: um candidato inicia a propaganda com um discurso, depois apresenta fala de populares e termina mostrando fotos da campanha. Esta propaganda seria analisada a partir de três segmentos (Tabela 6).

O número de segmentos, além de ilustrar a distribuição dos programas, permite verificar o uso de recursos diversos na campanha. Ou seja, um maior número de segmentos pode representar maior acesso a outros recursos – para além dos cedidos pelo partido, que normalmente conta com uma produção padrão em estúdio. Por outro lado, significa também que o candidato prioriza outros recursos e imagens que não a sua própria imagem.

Os dados apontam que, majoritariamente, homens (77,3%) e mulheres (79%) utilizaram apenas um segmento. Em parte, este elevado percentual é explicado pelo curto espaço de tempo que uma parcela dos candidatos dispõe, em alguns casos permitindo somente dizer o nome e o número em poucos segundos. Sob um olhar mediado pelo sexo dos candidatos, dos que utilizaram mais de um segmento, com exceção da predominância masculina no emprego de dois segmentos, a diferença entre os sexos é residual. Entretanto, chama a atenção que, mesmo sendo uma diferença residual, a frequência feminina em programas com mais de cinco segmentos é maior do que a masculina.

Tabela 6
Distribuição dos candidatos a deputado federal, por sexo, segundo quantidade de segmentos utilizados nas propagandas do HGPE. Estados selecionados – 2010

Em porcentagem

Segmentos utilizados nas propagandas	Homens	Mulheres	Total
1	77,3	79,0	77,5
2	12,1	8,9	11,7
3	4,6	4,7	4,6
4	1,6	1,4	1,6
5	1,1	1,9	1,2
6	0,4	0,4	0,4
7	0,3	0,8	0,4
8	0,2	0,1	0,2
9	0,4	0,5	0,4
10	2,0	2,3	2,1
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: Pesquisa Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.

Para mais de 80% dos candidatos, o formato predominante de programa é o de "pronunciamento do candidato". Da mesma forma, a técnica mais utilizada é a produção de estúdio. O elevado percentual dessas categorias pode ser explicado por serem esses os atributos mínimos necessários para se produzir uma propaganda para TV.

O segundo formato de programa mais utilizado tanto para candidatos homens como para mulheres foi o "*jingle*/videoclipe". Contudo, uma diferença aparece entre os formatos mais empregados: enquanto elas preferiram usar mais "chamadas", eles priorizaram as "ilustrações/animações". Quanto às demais técnicas, os dados indicam que as mulheres parecem priorizar mais as imagens de apoio do que os homens. Eles investem mais em efeitos especiais e computação gráfica – cabendo destacar que esses últimos demandam um maior investimento financeiro.

Tabela 7
Candidatos a deputado federal, por sexo, segundo técnicas de produção utilizadas nas propagandas do HGPE. Estados selecionados – 2010

Em porcentagem

Técnicas de produção utilizadas nas propagandas	Homens	Mulheres	Total
Produção de estúdio	88,6	86,7	88,3
Letreiro	37,3	35,6	37,1
Imagens de apoio	18,9	23,5	19,5
Locução em *off*	12,9	14,8	13,2
Ênfase na música	12,4	13,5	12,5
Efeitos especiais/computação gráfica	16,0	13,5	15,6
Produção externa	8,4	8,6	8,4
Imagens de mulheres (manifestações, atividades)	0,9	2,3	1,1

Fonte: Pesquisa Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.

Tabela 8
Candidatos a deputado federal, por sexo, segundo formatos dos programas no HGPE Estados selecionados – 2010

Em porcentagem

Formatos dos programas	Homens	Mulheres	Total
Pronunciamento do candidato	86,7	86,1	86,6
Jingle/videoclipe	7,6	7,0	7,5
Chamadas	5,4	6,2	5,5
Ilustração/animação	6,1	5,4	6,0
Documentário/telejornal/reportagem	3,3	3,7	3,3
"Povo fala"	2,0	2,1	2,0
Dramatização/ficção/publicidade	1,7	2,0	1,7
Outro	1,0	1,0	1,0
Entrevista/debate com o candidato	0,9	0,8	0,8

Fonte: Pesquisa Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.

Para a análise da linguagem utilizada pelos candidatos, foram construídas as seguintes categorias: "panfletária", indicando uma linguagem de caráter ideológico; "didática", com predominância de informações estimulando o cálculo racional na escolha dos candidatos; "informativa", cujo principal objetivo é transmitir informações sobre o tema tratado; e "nenhuma", contemplando as propagandas de candidatos que, por razão de tempo, não apresentam nenhum formato específico de programa,

apenas indicando o nome e número. A linguagem panfletária foi predominante nas propagandas, principalmente entre as mulheres (Tabela 9). Ressalte-se que, entre as propagandas realizadas por homens, ainda que com uma diferença residual em relação àquelas produzidas por mulheres, eles apresentaram maior percentual de propagandas com uma linguagem informativa.

Tabela 9
Distribuição dos candidatos a deputado federal, por sexo, segundo principal linguagem utilizada na propaganda do HGPE. Estados selecionados – 2010

Em porcentagem

Linguagem utilizada nas propagandas	Homens	Mulheres	Total
Panfletária	40,8	44,6	41,3
Didática	22,0	22,4	22,1
Nenhuma	21,8	18,5	21,3
Informativa	15,4	14,5	15,3
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: Pesquisa Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.

O atributo dominante nas propagandas foi observado de acordo com a ênfase dada em cada programa (Tabela 10). Na categoria "pessoal", estão as propagandas que enfatizam as qualidades pessoais do candidato, como sua honestidade, experiência, etc.; a categoria "político" refere-se a suas vinculações partidárias ou a grupos políticos, relações com governo, etc.; finalmente, o atributo "administrativo" diz respeito à capacidade técnica e experiência administrativa do candidato. O atributo mais empregado, entre os homens, foi o pessoal, seguido pelo político e depois o administrativo. Entre as mulheres, o atributo pessoal também foi o mais usado, seguido também pelo político, com um percentual mais elevado do que o masculino nessa categoria, e por último o administrativo.

Tabela 10
Distribuição dos candidatos a deputado federal, por sexo, segundo atributo dominante na propaganda do HGPE. Estados selecionados – 2010

Em porcentagem

Atributos dominantes nas propagandas	Homens	Mulheres	Total
Pessoal	37,0	33,3	36,5
Nenhum	23,5	21,5	23,2
Político	22,0	26,0	22,5
Administrativo	17,5	19,1	17,7
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: Pesquisa Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.

Devido ao curto espaço de tempo, a propaganda política está repleta de referências visuais (Tabela 11). Entre os programas analisados, a referência mais utilizada é a sigla do partido ao fundo. A identificação partidária é obrigatória em toda propaganda, entretanto, colocá-la em destaque indica, por um lado, a manutenção de uma imagem partidária e, por outro, consegue ao mesmo tempo fazer uma "propaganda casada", expondo a legenda do partido e respectivamente fazendo propaganda para o candidato ao Executivo. Esta constatação pode ser confirmada pela segunda referência visual mais utilizada, que é o candidato ao governo do Estado. Seguindo a mesma ordem de prioridades, homens e mulheres utilizam os mesmos recursos em relação às referências visuais mais empregadas.

Tabela 11
Candidatos a deputado federal, por sexo, segundo referências visuais utilizadas nas propagandas do HGPE. Estados selecionados – 2010

Em porcentagem

Referências visuais utilizadas nas propagandas	Homens	Mulheres	%
Sigla ao fundo	70,5	73,7	70,9
Candidato ao governo do Estado	67,7	69,7	68,0
Identificação partidária	65,3	65,7	65,3
Candidato à Presidência	30,2	29,3	30,0
Candidato ao Senado	29,5	29,2	29,4
Vinheta da abertura	28,2	27,5	28,1
Candidato a deputado federal	21,7	23,8	22,0
Atual presidente	10,0	10,7	10,1
Blog e outras mídias	5,4	6,1	5,5
Outras	9,2	12,6	9,5

Fonte: Pesquisa Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.

Por fim, atentou-se para quem estava presente nas propagandas e quem se fazia orador dominante (Tabelas 12 e 13). Em 80% delas, o próprio candidato se fez presente, sendo também seu principal orador. Outro recurso acionado, em geral, pelos candidatos foi a utilização do locutor. As mulheres, com uma frequência maior do que a dos homens, apareceram associadas à imagem de um candidato a deputado estadual, sendo este também o segundo orador dominante em suas propagandas, o que pode apontar, novamente, para uma possível estratégia de "campanhas casadas". Os homens, por sua vez, diferentemente das mulheres, apareceram com mais frequência acompanhados de uma liderança partidária.

Tabela 12
Distribuição dos candidatos a deputado federal, por sexo, segundo imagens presentes nas propagandas do HGPE. Estados selecionados – 2010

Em porcentagem

Imagens presentes nas propagandas	Homens	Mulheres	Total
Candidato a deputado federal (o próprio)	81,0	84,1	81,2
Candidato a deputado estadual	2,6	6,2	3,1
Lideranças políticas	3,6	2,4	3,5
Candidato ao governo	2,6	1,8	2,5
Políticos/parentes	2,3	1,8	2,2
Lideranças sociais	1,3	1,1	1,3
Candidato ao Senado	1,0	0,7	0,9
Atual governador	0,2	0,5	0,3
Atual presidente	0,9	0,4	0,8
Atual senador	0,5	0,3	0,5
Candidato à Presidência	0,8	0,3	0,7
Líderes religiosos	1,1	0,3	0,9
Celebridades	1,9	0,2	1,7
Atual vereador	0,3	0,0	0,2
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: Pesquisa Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.

Tabela 13
Distribuição dos candidatos a deputado federal, por sexo, segundo orador dominante na propaganda do HGPE. Estados selecionados – 2010

Em porcentagem

Orador dominante nas propagandas	Homens	Mulheres	Total
Candidato (o próprio)	84,2	84,1	83,7
Locutor	11,5	12,9	11,7
Candidato a deputado estadual	0,2	0,9	0,3
Povo fala	1,0	0,6	0,9
Candidato a governador	0,4	0,4	0,4
Outro	0,4	0,4	0,4
Líder político	0,4	0,3	0,4
Líder partidário	0,4	0,1	0,4
Notável/celebridade	0,6	0,1	0,6
Candidato a presidente	0,2	0,1	0,2
Candidato a senador	0,1	0,1	0,1
Líder social	0,2	0,0	0,2
Líder religioso	0,3	0,0	0,3
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: Pesquisa Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.

Temas e agendas

Para além dos recursos midiáticos, o HGPE pode influenciar na receptividade do eleitor, aproximando-o ou não de um candidato, pois possui um componente formador do ambiente informacional dos eleitores, podendo ainda estimular o debate público (CERVI; MASSUCHIN, 2011, p. 3). Dado que este é um espaço privilegiado, mas ao mesmo tempo breve, nesta seção interessa observar os temas e agendas priorizados pelos candidatos: o que foi selecionado como mensagem; qual o principal apelo e promessas feitas; e quais os principais temas citados e tratados por eles, pontuando as proximidades e divergências entre os candidatos e candidatas.

Vejamos antes se, em suas falas, os candidatos fazem menção a outros atores políticos. A maioria – 68,1% dos candidatos e 67,1% das candidatas – não faz menção a nenhum outro ator, o que é compreensível dada a exiguidade do tempo de que dispõem. A menção mais empregada pelos candidatos à Câmara dos Deputados referiu-se ao candidato a governador, com um percentual mais elevado para os homens (Tabela 14). Na distribuição das frequências também os homens fazem mais menções a eles próprios do que as mulheres, que, por sua vez, fazem mais menções aos candidatos a deputado estadual e aos familiares do que os homens. Mais uma vez, os dados indicam que a campanha para a Câmara dos Deputados está ligada principalmente à campanha do governo estadual, mas também aos candidatos a presidente, senador e deputado estadual. Observaram-se, ainda, 14,7% de menções ao voto na legenda. Em suma, de maneira geral, essas menções estão relacionadas ao jogo partidário.

Tabela 14
Candidatos a deputado federal, por sexo, segundo menções discursivas nas propagandas do HGPE (1). Estados selecionados – 2010

Em porcentagem

Menções discursivas nas propagandas	Homens	Mulheres	Total
A candidato a governador	26,1	20,9	25,4
Ao voto na legenda	14,7	15,0	14,7
A candidato a presidente	11,8	12,2	11,9
A candidato a deputado federal (o próprio)	14,4	11,9	14,0
Ao partido	9,2	11,1	9,4
A candidato a senador	9,5	10,9	9,7
Ao presidente	6,9	6,4	6,8
A candidato a deputado estadual	2,5	5,3	2,9
A familiares	1,7	2,4	1,8
A líderes sociais	0,4	1,5	0,6

(continua)

(continuação)

Menções discursivas nas propagandas	Homens	Mulheres	Total
A líderes partidários	1,0	1,0	1,0
A políticos parentes	0,7	0,9	0,7
A líderes religiosos	0,8	0,4	0,7
Ao prefeito	0,5	0,2	0,4

Fonte: Pesquisa Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.
(1) Em 68,1% e 67,1% das propagandas, respectivamente, de candidatos e candidatas não houve nenhuma menção.

Na análise dos discursos foram examinados os principais "temas citados", ou seja, aqueles apenas referidos pelos candidatos (Tabela 15) e "temas tratados" com alguma profundidade (Tabela 16). Esse levantamento permite apontar uma agenda temática de interesses dos candidatos durante a campanha. Independentemente do sexo, os três temas citados e tratados prioritariamente pelos candidatos foram, nessa ordem, educação, saúde e qualificação pessoal. Neste último caso, não se trata de um tema substantivo, mas sim referência às próprias qualidades dos candidatos. Além destes, entre os homens, destacam-se algumas temáticas recorrentes em seus discursos, como emprego, infraestrutura e economia. Entre as mulheres, sobressaem qualificação pessoal, direitos sociais e direitos da mulher.

Tabela 15
Candidatos a deputado federal, por sexo, segundo principais temas citados nas propagandas do HGPE (1). Estados selecionados – 2010

Em porcentagem

Temas citados nas propagandas	Homens	Mulheres	Total
Educação	13,2	15,2	13,5
Saúde	10,8	13,4	11,2
Qualificação pessoal	10,5	8,2	10,1
Emprego	8,4	6,5	8,1
Outros direitos sociais	5,0	6,0	5,2
Segurança pública	5,7	6,0	5,8
Direitos da mulher	0,5	4,9	1,2
Infraestrutura	4,7	2,8	4,4
Esporte/cultura/lazer	3,3	2,7	3,2
Família	2,1	2,6	2,2
Habitação	2,2	2,4	2,2
Participação feminina na economia/política	0,0	2,4	0,4
Criança	1,3	1,9	1,4
Combate à corrupção	3,8	1,9	3,5
Economia	4,1	1,5	3,7
Outros	24,3	21,5	23,8

Fonte: Pesquisa Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.
(1) Em 34,9% e 28,0% das propagandas, respectivamente, de candidatos e candidatas não houve um tema citado.

Tabela 16
Candidatos a deputado federal, por sexo, segundo temas nas propagandas do HGPE (1)
Estados selecionados – 2010

Em porcentagem

Temas tratados nas propagandas	Homens	Mulheres	Total
Educação	5,2	7,3	12,9
Saúde	3,7	6,3	9,6
Qualificação pessoal	4,6	5,0	11,0
Outros direitos sociais	2,7	3,5	6,6
Direitos da mulher	0,2	3,3	1,5
Infraestrutura	2,1	1,9	4,8
Participação feminina na economia/política	0,0	1,9	0,7
Combate à corrupção	1,9	1,6	4,4
Segurança pública	2,0	1,6	4,6
Emprego	3,2	1,5	6,9
Esporte/cultura/lazer	1,7	1,5	3,9
Habitação	0,8	1,3	1,9
Outros	6,7	7,2	15,8

Fonte: Pesquisa Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.
(1) Em 66,6 % e 60,3% das propagandas, respectivamente, de candidatos e candidatas, não houve um tema dominante tratado

Da mesma forma, os diferentes tipos de apelos encontram-se relacionados aos diversos tipos de retóricas. As diferenças percentuais entre os gêneros são pequenas (Tabela 17). Os dois tipos de apelo mais utilizados são o pragmático, quando é usada uma retórica geralmente visando o cálculo racional por parte do eleitor, e o político, quando os candidatos fazem referência direta ao partido ou grupo político que pertencem, apresentando-se como integrante de um projeto mais abrangente. O primeiro foi mais utilizado pelos homens, enquanto entre as mulheres predominou o apelo político. A categoria "nenhum" inclui os participantes que não tiveram tempo suficiente para apresentar alguma proposta na propaganda.

Tabela 17
Distribuição dos candidatos a deputado federal, por sexo, segundo tipos de apelo utilizados nas propagandas do HGPE. Estados selecionados – 2010

Em porcentagem

Tipos de apelo nas propagandas	Homens	Mulheres	Total
Pragmático	33,3	27,4	32,5
Político	25,5	27,8	25,8
Nenhum	15,1	14,1	15,0
Identidade	10,2	14,1	10,8
Emocional	10	11	10,1
Ideologia	5,9	5,5	5,8
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: Pesquisa Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.

Em mais de 60% das propagandas analisadas não há uma promessa dominante. As promessas relacionadas a projetos aparecem com mais frequência entre as mulheres e aquelas referentes a obras são mais frequentes entre os homens (Tabela 18).

Tabela 18
Distribuição dos candidatos a deputado federal, por sexo, segundo promessa dominante apresentada na propaganda do HGPE. Estados selecionados – 2010

Em porcentagem

Promessa dominante nas propagandas	Homens	Mulheres	Total
Projetos	21,2	28,7	22,2
Leis	6,3	6,9	6,4
Verbas	3,8	4,9	4,0
Obras	3,1	2,4	3,0
Outra	2,9	2,2	2,8
Nenhuma	62,7	55,0	61,7
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: Pesquisa Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.

Outra estratégia a ser observada é a dimensão temporal em que os candidatos empregaram a sua retórica (Tabela 19). De acordo com Figueiredo (2004, p. 152):

> Os candidatos empregam uma retórica cuja argumentação é de natureza ficcional. Visando, convencer os eleitores, todos constroem um mundo atual possível, igual ou um pouco diferente do mundo atual real, e com base nele projetam um novo e bom mundo possível.

Dessa maneira, procurou-se observar em qual dimensão temporal os candidatos constroem os seus discursos. Os dados indicam que não há uma grande concentração de programas em uma única dimensão temporal. Contudo, a dimensão presente ainda é a mais utilizada por ambos os sexos. Cabe ressaltar que a categoria "sem dimensão temporal" engloba os candidatos que não desfrutaram de tempo suficiente para apresentarem seus discursos.

Das propagandas pesquisadas, 75% dos homens e 68,3% das mulheres não se colocaram como representantes de grupos específicos e, quando o fizeram, apresentaram-se como representantes de "trabalhadores de uma categoria profissional" (8,4% dos homens e 8,7% as mulheres) e de uma "classe social" (4,8% dos homens e 6,7% das mulheres). Os dados apontam ainda que, independentemente do sexo, em sua maioria,

os candidatos não apresentaram um apelo direto em relação às mulheres ou à situação feminina.

Tabela 19
Distribuição dos candidatos a deputado federal, por sexo, segundo frequência da dimensão temporal aplicada nas propagandas do HGPE. Estados selecionados – 2010

Em porcentagem

Dimensão temporal aplicada nas propagandas	Homens	Mulheres	Total
Presente	38,1	35,3	37,7
Futuro	25,3	26,0	25,4
Sem dimensão temporal	22,1	25,5	22,6
Passado	14,6	13,2	14,4
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Fonte: Pesquisa Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010, numa Perspectiva de Gênero.

Conclusão

Este trabalho mostrou que a ocupação do espaço no HGPE é seletiva, uma vez que é distribuída entre os partidos e organizada pelas direções partidárias, que o fazem de forma racional e estratégica. A distribuição do tempo de propaganda entre os candidatos homens e mulheres evidencia um desequilíbrio de acesso, indicando preferência dos partidos pelos candidatos masculinos. Dessa forma, a sub-representação feminina, já conhecida nas candidaturas, parece ser potencializada na propaganda eleitoral. Essa desproporção fica visível tanto no número de mulheres que participam no HGPE quanto na frequência e tempo destinados a elas. Tendo em vista que o percentual de candidatas já está abaixo do mínimo esperado, quando analisado sobre a ótica do HGPE, o percentual de exposição destas aparece aquém do necessário, o que indicaria um tratamento desigual dispensado pelos partidos.

Apesar desse notável desequilíbrio entre os sexos, não se pode afirmar, contudo, que exista um padrão de favorecimento somente com base nos dados do HGPE e em informações socioeconômicas.

Em relação às principais estratégias e recursos, em sua maioria, os candidatos participantes do HGPE possuem o mínimo necessário para a realização e produção da propaganda e as diferenças de estratégias entre homens e mulheres não são amplas, embora em alguns momentos se mostrem significativas. Isso se observa, principalmente, em relação ao acesso a mecanismos intrapartidários, como o tempo e os recursos de produção. Dessa forma, se existe uma lista de candidatos preferenciais,

as mulheres aparentemente quando lá ingressam encontram-se em larga desvantagem numérica.

No que diz respeito às estratégias utilizadas, há algumas diferenças importantes. As mulheres invocam com mais frequência o apoio de outras pessoas e recursos, além de sua própria imagem e discurso, na elaboração de suas propagandas.

Em relação aos principais temas e agendas, as prioridades dos candidatos homens e mulheres parecem ser as mesmas. Cabe ressaltar que, de cada dez propagandas analisadas, oito possuem uma competência universalista, isto é, são propagandas voltadas para questões mais gerais. No entanto, em um plano secundário, ambos os sexos apresentam propostas e estratégias diferenciadas. Enquanto os homens possuem um apelo mais pragmático e voltam-se, preferencialmente, para temas sobre economia e infraestrutura, as mulheres preferem um apelo mais político e abordam questões sobre direitos sociais e direitos das mulheres.

Em síntese, a sub-representação feminina existente na política se estende ao HGPE. Contudo, a análise isolada do HGPE é insuficiente para esclarecer as razões deste fenômeno.

Referências

ARAÚJO, C. Partidos políticos e gênero: mediações nas rotas de ingresso das mulheres na representação política. **Revista de Sociologia e Política**, p. 193-215, jun. 2005.

ARAÚJO, C.; ALVES, J. E. Impactos de indicadores sociais e do sistema eleitoral sobre as chances das mulheres nas eleições e suas interações com as cotas. **Dados** – Revista de Ciências Sociais, v. III, n. 50, p. 535-577, 2007.

AVELAR, L. **Mulheres na elite política brasileira**. São Paulo: Konrad Adenauer; Unesp, 2001.

BRASIL. **Lei n. 9.504 de 30 de setembro de 1997**. Estabelece normas para as eleições. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9504.htm> Acesso em: 23 set. 2011.

CERVI, E. U. O uso do HGPE como recurso partidário em eleições proporcionais no Brasil: um instrumento de análise de conteúdo. **Opinião Pública**, Campinas, v. 17, n. 1, p.106-136, junho, 2011. Disponível em: <www.scielo.br/scielo>. Acesso em: 18 out. 2011.

CERVI, E. U.; MASSUCHIN, M. G. HGPE e formação da opinião pública no Brasil: análise das estratégias dos principais candidatos à presidência da república em 2010. In: IV CONGRESSO LATINO AMERICANO DE OPINIÃO PÚBLICA DA WAPOR. Belo Horizonte, 2011. Disponível em: <www.opiniaopublica.ufmg.br/biblioteca>. Acesso em: 22 set. 2011.

FIGUEIREDO, M. Intenção de voto e propaganda política: efeitos da propaganda eleitoral. **Logos 27**, Rio de Janeiro, Ano 14, p. 9-20, 2007.

FIGUEIREDO, M. et al. Estratégias de persuasão em eleições majoritárias: uma proposta metodológica para o estudo da propaganda eleitoral. In: FIGUEIREDO, R. (Org.). **Marketing político e persuasão eleitoral**. São Paulo: Konrad Adenauer, 2004.

MIGUEL, L. F. Mídia e vínculos eleitorais: a literatura internacional e o caso brasileiro. **Opinião Pública**, Campinas, v. 10, n. 1, p. 91-111, maio 2004. Disponível em: <www.scielo.br/scielo>. Acesso em: 20 set. 2011.

________. Política de interesses, política do desvelo: representação e "singularidade feminina". **Rev. Estud. Fem.**, Florianópolis, v. 9, n. 1, 2001. Disponível em: <www.scielo.br/scielo>. Acesso em: 20 set. 2011.

SCHMITT, R.; CARNEIRO, L. P.; KUSCHNIR, K. Estratégias de campanha no Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral em eleições proporcionais. **Dados**, v. 42, n. 2, p. 277-297, 1999. Disponível em: <www.scielo.br/scielo>. Acesso em: 22 set. 2011.

EIXO 3

Monitoramento da mídia jornalística

Jacira Vieira de Melo

O Eixo 3 da pesquisa "A Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010", realizada pelo Consórcio Bertha Lutz, buscou analisar a cobertura jornalística sobre as eleições, a partir da perspectiva da participação das mulheres no processo eleitoral – como candidatas, como eleitoras e como foco dos programas de governo e plataformas eleitorais apresentadas pelas candidaturas.

A proposta de monitoramento adotada nesta pesquisa procurou avaliar não apenas agendamentos e enquadramentos (frequências de temas e representações estereotipadas e preconceituosas, por exemplo), mas também a atuação da imprensa como divulgadora e observadora crítica do debate público, a respeito: das candidaturas femininas e dificuldades de acesso das mulheres aos espaços de poder; das propostas de políticas e programas de governo para a promoção da igualdade entre homens e mulheres na esfera política; e do comportamento do eleitorado feminino e do poder e papel do voto das mulheres nas eleições de 2010.

Para tanto, foi adotada uma metodologia de pesquisa amplamente utilizada nos estudos de mídia – a análise de conteúdo. Segundo o matemático e pesquisador Anders Hansen,[1] esse tipo de leitura reúne um conjunto de técnicas para: sistematizar e descrever quantitativamente os conteúdos abordados pelos meios de comunicação; identificar e quantificar a ocorrência de características específicas do texto jornalístico; e, com base nelas, realizar inferências sobre a mensagem e seus significados.

Sob a coordenação do Instituto Patrícia Galvão, especialista em mídia e direitos das mulheres, a pesquisa de monitoramento e análise de imprensa contou com a parceria da Andi – Comunicação e Direitos, que

---

[1] HANSEN, A. et al. **Mass communication research methods**. New York: New York University Press, 1998.

possui experiência consolidada no campo de acompanhamento da mídia sobre temas relacionados a direitos humanos. O Eixo 3 da pesquisa realizada pelo Consórcio Bertha Lutz produziu um amplo painel sobre as tendências da cobertura feita por jornais impressos, revistas semanais e telejornais da chamada “grande imprensa brasileira” sobre as eleições de 2010. Para tanto, foram construídos instrumentos específicos para clipagem eletrônica e classificação das matérias jornalísticas sobre as eleições a cargos majoritários, a partir da perspectiva dos direitos das mulheres. Desse trabalho resultou um amplo banco de dados que permitiu a realização de cruzamentos estatísticos e a elaboração de tabelas e gráficos que proporcionaram rigor à análise.

O artigo a seguir apresenta análises das tendências da cobertura jornalística e uma síntese dos principais resultados da pesquisa, por meio da abordagem explícita ou da omissão no debate público acerca da participação das mulheres no processo eleitoral de 2010.

No artigo “Cobertura sobre mulheres na política nas eleições de 2010: uma oportunidade perdida de aprofundar o debate”, a jornalista Marisa Sanematsu e a especialista em comunicação Jacira Melo, do Instituto Patrícia Galvão, analisam a produção editorial, entre julho e outubro de 2010, de 29 jornais impressos diários, quatro revistas semanais e quatro telejornais. Entre os principais elementos investigados, destacaram-se as referências a políticas públicas e legislação eleitoral, assim como a ótica investigativa adotada pela imprensa, as fontes de informação mais consultadas e alguns aspectos específicos de questões relacionadas aos direitos das mulheres.

O material analisado revela que a presença de duas mulheres com grande força eleitoral na campanha presidencial de 2010 foi o fator que mais contribuiu para que o tema mulheres na política recebesse atenção na cobertura da imprensa. A pesquisa também mostrou que a cobertura sobre esse tema concentrou-se em dois focos principais: as candidaturas femininas e a agenda das mulheres – tendo este último apresentado maior volume de cobertura nos momentos finais da campanha presidencial, quando a polêmica sobre a questão do aborto ganhou amplo destaque na imprensa: mais de 50% de todo o material analisado foi publicado em outubro.

Cobertura sobre mulheres na política nas eleições de 2010: uma oportunidade perdida de aprofundar o debate*

Marisa Sanematsu**
Jacira Vieira de Melo***

Este artigo apresenta uma análise dos resultados obtidos por meio do monitoramento da cobertura jornalística sobre o processo eleitoral de 2010 sob a perspectiva dos direitos das mulheres. Para tanto, foi acompanhada a produção editorial de 29 jornais impressos diários, quatro revistas semanais e quatro telejornais de julho a outubro de 2010.

Entre os principais elementos investigados, destacaram-se as referências a políticas públicas e legislação eleitoral, assim como a ótica investigativa adotada pela imprensa, as fontes de informação mais consultadas e alguns aspectos específicos de questões relacionadas aos direitos das mulheres.

A pesquisa

O Eixo 3 – Monitoramento de Mídia, da Pesquisa "A Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010", realizada pelo Consórcio Bertha Lutz, teve como objetivo fazer o acompanhamento sistemático e a análise

---

* Este artigo teve a colaboração de Diana Barbosa no processamento e análise dos dados.

** Jornalista, com mestrado pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo sobre o tema "A Cobertura da Imprensa sobre o Acesso a Tratamento de HIV/Aids no Brasil". É editora da Agência Patrícia Galvão (www.agenciapatriciagalvao.org.br), do Instituto Patrícia Galvão – Mídia e Direitos.

*** Graduada em Filosofia pela Universidade de São Paulo, mestre em Ciências da Comunicação na Escola de Comunicações e Artes da USP e especialista em comunicação social e política na perspectiva de gênero e raça. É diretora executiva do Instituto Patrícia Galvão – Mídia e Direitos.

da cobertura jornalística sobre as eleições para cargos majoritários, a partir da perspectiva da participação das mulheres no processo eleitoral, como candidatas, como eleitoras e como foco dos programas de governo e plataformas eleitorais apresentadas pelas candidaturas.

O Consórcio Bertha Lutz foi formado por pesquisadoras e pesquisadores de questões de gênero e política que integram núcleos de estudos de universidades e institutos de pesquisa e que apresentam atuação destacada na defesa dos princípios de justiça e equidade de gênero, com representatividade regional e nacional.

A realização desta pesquisa sobre a tendência da cobertura jornalística a respeito do tema mulheres na política nas eleições de 2010 resultou da combinação da experiência do Instituto Patrícia Galvão – Mídia e Direitos e da Andi – Comunicação e Direitos. Há anos essas organizações atuam no monitoramento e análise da produção da imprensa sobre temas relacionados aos direitos de mulheres e crianças, possuindo profundo conhecimento acerca de como a mídia brasileira opera e aborda as diferentes questões relativas a esses segmentos ainda discriminados e excluídos do acesso pleno a seus direitos.

Para este estudo, foi especialmente desenvolvido um instrumento de pesquisa e análise sobre a tendência da cobertura jornalística a respeito do tema mulheres na política, no período de julho a outubro de 2010, a partir da perspectiva dos direitos das mulheres.

Alguns destaques da cobertura

A análise do material da pesquisa revela que a presença de duas mulheres com grande força eleitoral na campanha presidencial de 2010 foi o fator que mais contribuiu para que o tema mulheres na política recebesse atenção na cobertura da imprensa. Um indicador disso é que a eleição presidencial esteve em primeiro plano na cobertura política de todos os jornais, revistas e telejornais acompanhados. Isso ocorreu tanto nos veículos de abrangência nacional como na mídia regional e local, com destaque para os quatro jornais de circulação nacional analisados, que foram responsáveis por mais de 40% do total da cobertura sobre o tema.

Guardadas as diferenças entre os veículos, tanto em termos de quantidade de material analisado como de especificidades editoriais, enquanto nos jornais diários as matérias apresentavam um tom narrativo mais factual, as revistas avançavam um pouco em direção à análise e ao debate sobre problemas relacionados a questões de interesse das mulheres.

A pesquisa também mostrou que a cobertura sobre o tema mulheres na política concentrou-se em dois focos principais: as candidaturas femininas e a agenda das mulheres – tendo este último apresentado maior volume de cobertura nos momentos finais da campanha presidencial, quando a polêmica sobre a questão do aborto ganhou amplo destaque na imprensa: mais de 50% de todo o material analisado foi publicado em outubro.

Este estudo revelou, no entanto, que questões importantes como as políticas públicas e a legislação que dizem respeito à participação das mulheres na esfera política foram deixadas em segundo plano. Observou-se, por exemplo, que a cobertura ainda se mostra muito tímida e omissa no que se refere a apontar a necessidade de uma reforma política visando o fortalecimento da democracia no país, que leve o Estado e os partidos a implementarem medidas para ampliação e efetiva participação das mulheres nas esferas de poder e decisão.

Quando houve referência a questões legislativas, predominou a legalização do aborto. Quando se abordou a legislação eleitoral, a pauta foi dominada pela chamada Lei da Ficha Limpa. As disposições referentes a cotas por sexo nas candidaturas dos partidos políticos e nos recursos do fundo partidário ou no tempo de propaganda ficaram praticamente ausentes da cobertura.

Também verificou-se que, embora as vozes mais ouvidas tenham sido dos presidenciáveis Dilma Rousseff, Marina Silva e José Serra, na contagem geral prevaleceram as fontes masculinas, com destaque para os dirigentes de partidos políticos, especialistas/pesquisadores e representantes do Executivo e das Igrejas. Já nos discursos das candidatas, predominaram propostas para as áreas de saúde, educação e desenvolvimento.

Cabe destacar que as representações na mídia sobre as eleitoras e as candidatas foram em geral positivas, embora as candidaturas femininas sejam apresentadas de forma um pouco mais rigorosa e estereotipada que as masculinas, tendo sido mais expostos aspectos das vidas privadas das mulheres, em especial vínculos familiares e questões relacionadas à aparência, como peso, cabelo, maquiagem e vestimentas.

Como será mostrado neste artigo, a cobertura da imprensa concentrou-se em destacar o ineditismo das candidaturas femininas e a figura política das candidatas, limitando-se a apenas mencionar a dificuldade de acesso das mulheres aos espaços de poder, em detrimento de um debate sobre propostas de políticas e programas de governo para a promoção da igualdade entre homens e mulheres na esfera política.

Imprensa e mulheres na política: uma análise da tendência da cobertura nas eleições de 2010

2010: um ano excepcionalmente singular

As eleições presidenciais de 2010 apresentaram a singularidade de contar com duas candidaturas fortes de mulheres – a ex-ministra Dilma Rousseff (Partido dos Trabalhadores) e a ex-senadora Marina Silva (Partido Verde) – na disputa pelo cargo máximo do Executivo brasileiro. Essa novidade por si só já justificaria amplamente o interesse jornalístico pelo tema mulheres na política.

Outra singularidade – que poderíamos também denominar "anomalia" – que fez aumentar o interesse pelo tema mulheres na política tem a ver com a posição do Brasil na retaguarda do *ranking* internacional da participação feminina em postos de poder político e decisão, posicionamento pouco compatível com os avanços já alcançados pelo país em outras áreas. Embora não traga em si nenhuma novidade, este fato – aliado à forte probabilidade de eleição, pela primeira vez na história do país, de uma mulher para o mais alto posto político da República presidencialista do Brasil – contribuiu para pautar a imprensa escrita e televisiva para a abordagem da questão da sub-representação feminina na esfera política.

Apesar de a concepção abrangente de "espaços de poder" ser usada em referência a cargos não apenas no âmbito do Poder Legislativo e dos partidos políticos, mas também nas esferas dos Poderes Executivo e Judiciário, assim como a cargos que envolvem poder de decisão em outros tipos de organizações privadas e não-governamentais, o presente trabalho – por seu foco nas eleições de 2010 –considera o conceito mais tradicional de poder político, concentrando-se nas candidaturas e campanhas a cargos eletivos majoritários.

Mulheres são maioria do eleitorado brasileiro

No Brasil, as mulheres conquistaram o direito a voto apenas em 1932. E, "mesmo depois dessa conquista, a restrição ao voto dos analfabetos limitou muito o voto das mulheres – que, em sua maioria, não estudavam. A participação das mulheres cresceu depois dos anos 70", explica a cientista política Jussara Prá, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (JUSTE; NASCIMENTO, 2010).

Hoje, as mulheres são mais da metade da população do país. Segundo o IBGE (2011), para cada 100 mulheres, há 96 homens. Elas re-

presentam também a maioria do eleitorado (51,82% do total), de acordo com o TSE (2010).

Desfazendo mitos sobre o voto feminino

> Há um mito arraigado, na mídia e no imaginário popular, de que mulher não vota em mulher, afinal a grande maioria dos postos de poder são ocupados por homens, quando temos 52% de eleitoras e apenas 11% de mulheres parlamentares no Congresso. Ou seja, a maioria das mulheres tem votado em candidatos masculinos para o parlamento. No entanto é importante lembrar que não faltam eleitoras que votem em mulheres, mas sim candidaturas femininas com estrutura partidária, apoio efetivo em termos de recursos, infraestrutura e tempo no horário de propaganda eleitoral. Historicamente, os partidos políticos são espaços de poder masculino. (JORDÃO, 21/06/2010)

Outro mito recorrente é de que as mulheres são mais indecisas na hora de votar, ou que são influenciadas e seguem o voto dos companheiros. A esse respeito, a diretora do Ibope, Marcia Cavallari (2010), explica que, na verdade, as mulheres demoram mais a se decidir porque são mais críticas na hora de votar.

Sobre o poder e o papel do voto das mulheres nas eleições brasileiras em geral e em particular nas eleições presidenciais de 2010, vale a pena ler a série de seis artigos de autoria da especialista em pesquisas de opinião, Fátima Pacheco Jordão, produzidos no âmbito do Projeto Mulheres em Espaços de Poder, realizado pelo Instituto Patrícia Galvão, em parceria com a Perfil Urbano – Pesquisa & Expressão, TV Cultura/Fundação Padre Anchieta e Fundação Carlos Chagas, com apoio da Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República. Nessa série, divulgada de 21 de junho a 22 de setembro de 2010,[1] a socióloga analisa a percepção das mulheres enquanto eleitoras, acerca do processo eleitoral em curso, com base nos levantamentos sobre intenção de voto realizados por institutos de pesquisa de opinião. O trabalho foi produzido a partir de reprocessamento

[1] Os artigos "O poder do voto feminino" (21/06/2010), "Homens e mulheres têm visões diferentes do processo eleitoral" (22/07/2010), "O voto das mulheres pesa para crescimento de Dilma e queda de Serra" (06/08/2010), "Com TV, mulheres põem Dilma mais perto da vitória no primeiro turno" (24/08/2010), "Mulheres e campanha na TV desenham vitória de Dilma Rousseff no 1º turno" (27/08/2010) e "Consolidação de votos em Dilma Rousseff chega a 72% entre mulheres" (22/09/2010) estão disponíveis no Portal da Agência Patrícia Galvão: <www.agenciapatriciagalvao.org.br>.

inédito das pesquisas sobre intenção de voto do Instituto Datafolha, feito com exclusividade para o Instituto Patrícia Galvão, aplicando-se um filtro por sexo para separar os dados de homens e mulheres para todos os segmentos da amostra (JORDÃO, 2010).

O Brasil na lanterna do ranking das mulheres no poder

Embora sejam inegáveis a força e a importância das mulheres no cenário socioeconômico e cultural brasileiro, o país ocupa uma posição vergonhosa no *ranking* mundial relativo à participação de mulheres no Parlamento, figurando em 109º lugar, com menos de 9% de presença feminina (UNIÃO INTERPARLAMENTAR, 2011), muito atrás de países como Costa Rica e Argentina, que estão em 11º e 12º lugares, respectivamente.

As mulheres ocupam pouco mais de 12% das cadeiras nas Câmaras Municipais (PORTAL MAIS MULHERES NO PODER, 2010). Segundo o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), nas eleições de 2010, as mulheres obtiveram 14,8% dos assentos no Senado, 8,8% na Câmara Federal e 12,9% nas Câmaras Estaduais.

No Poder Executivo, o predomínio masculino fica ainda mais evidente quando se observa a distribuição dos 21,6 mil cargos de direção e assessoramento superior (mais conhecidos como DAS), em que está a elite do funcionalismo público. As mulheres representam 46% dos ocupantes dos cargos com menor remuneração e poder de decisão (DAS-1), mas apenas 23% das servidoras que ocupam os postos no topo da pirâmide salarial do Executivo federal (DAS-6) (BRAMATTI, 2010).

Mulheres na agenda das políticas públicas

No Brasil, a Política Nacional para as Mulheres "orienta-se pelos princípios de igualdade e respeito à diversidade, de equidade, de autonomia das mulheres, de laicidade do Estado, de universalidade das políticas, de justiça social, de transparência dos atos públicos e de participação e controle social" (BRASIL/PR/SPM, 2008, p. 27).

O II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres resultou das ações aprovadas na II Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres, realizada em Brasília, em agosto de 2007, em um processo promovido pela Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República, em parceria com órgãos da administração pública federal e com gestores de políticas para as mulheres de Estados e municípios, envolvendo quase 200 mil mulheres em conferências municipais e estaduais realizadas em todas as unidades da federação.

O Plano está dividido em 11 áreas ou eixos temáticos e indica as 388 ações a serem implementadas – assim como seus prazos e os órgãos responsáveis – para reduzir a desigualdade entre mulheres e homens no país. As políticas para as mulheres a serem desenvolvidas tratam das seguintes áreas (BRASIL/PR, 2008, p. 211):

1. Autonomia econômica e igualdade no mundo do trabalho, com inclusão social.
2. Educação inclusiva, não-sexista, não-racista, não-homofóbica e não-lesbofóbica.
3. Saúde das mulheres, direitos sexuais e direitos reprodutivos.
4. Enfrentamento de todas as formas de violência contra as mulheres.
5. Participação das mulheres nos espaços de poder e decisão.
6. Desenvolvimento sustentável no meio rural, na cidade e na floresta, com garantia de justiça ambiental, soberania e segurança alimentar.
7. Direito a terra, moradia digna e infraestrutura social nos meios rural e urbano, considerando as comunidades tradicionais.
8. Cultura, comunicação e mídia igualitárias, democráticas e não discriminatórias.
9. Enfrentamento do racismo, sexismo e lesbofobia.
10. Enfrentamento das desigualdades geracionais que atingem as mulheres, com especial atenção às jovens e idosas.

Metodologia de monitoramento e análise

A proposta de monitoramento adotada nesta pesquisa busca avaliar não apenas agendamentos e enquadramentos (frequências de temas e representações estereotipadas e preconceituosas, por exemplo), mas também a atuação da imprensa como divulgador e observatório crítico das políticas implementadas – ou não – pelo Estado e das iniciativas dos partidos no que se refere à participação das mulheres.

Para tanto, foi adotada uma metodologia de pesquisa amplamente utilizada nos estudos de mídia, conhecida como análise de conteúdo. Ao lado das pesquisas de opinião, a análise de conteúdo é um dos métodos mais frequentemente utilizados para obter inferências sobre a capacidade dos meios de comunicação de definir a agenda de debates da sociedade (BARROS FILHO, 1995, p. 180).

Segundo o matemático e pesquisador Anders Hansen, esse tipo de leitura agrega um conjunto de técnicas capazes de: sistematizar e descrever

quantitativamente os conteúdos abordados pelos meios de comunicação; identificar e quantificar a ocorrência de características específicas do texto jornalístico; e, com base nelas, fazer inferências a respeito da mensagem e dos significados presentes (HANSEN et al., 1998, p. 122-123).

Diferentemente dos modelos de análise do discurso, a análise de conteúdo não busca identificar subjetividades, intencionalidades e potencialidades possivelmente presentes nos recursos linguísticos empregados. Esse método:

> (...) segue um conjunto claro de passos, o que é uma de suas características mais atrativas, ainda que também vulnerável a abusos. Fundamentalmente, aqueles que optam pela análise de conteúdo para o estudo da mídia devem reconhecer que tal método não é nada mais que um conjunto de diretrizes sobre como analisar e quantificar o conteúdo midiático de forma sistemática e confiável. (HANSEN et al., 1998, p. 123)

Assim como foi se expandindo o número de estudos quantitativos de imprensa, também aumentaram as críticas a eles, questionando a validade e até mesmo o interesse de se tomar um processo complexo de produção cultural e traduzi-lo em números (MEDINA, 1988, p. 25-26). A quantificação "visa a dar peso e rigor à análise, substituindo o que é apenas impressão inverificável por medidas precisas. Considera-se toda e qualquer mensagem uma sequência de elementos isoláveis, suscetíveis de serem ordenados por categorias e tratados de maneira estatística" (KIENTZ, 1973, p. 157).

Ao mesmo tempo em que também defende a importância da quantificação, ao afirmar que as categorias e as medições fazem a mediação entre o mundo dos fenômenos reais e os fatos científicos, determinando o sucesso da análise, o especialista em comunicação Klaus Krippendorff (1986, p. 85) destaca que uma das principais condições para um projeto de pesquisa de análise de conteúdo ter sucesso é que ele deve ser "sensível ao contexto":

> A análise de conteúdo é uma técnica de pesquisa que permite que, a partir de determinados dados, sejam formuladas inferências reproduzíveis, válidas e aplicáveis a seu contexto.
> Como técnica de pesquisa, a análise de conteúdo envolve procedimentos específicos para o processamento dos dados científicos. Assim como as demais técnicas de pesquisa, sua finalidade consiste em proporcionar conhecimentos, novos *insights*, uma representação dos "fatos" e um guia prático para a ação. É uma ferramenta. (KRIPPENDORF, 1986, p. 21)

Dessa forma, pode-se dizer que o estabelecimento de relações estatisticamente significativas serve como informação auxiliar, a partir da qual

se procura realizar inferências. O interesse não está na mera descrição de conteúdos, mas sim nas informações que podem ser obtidas após submeter esses conteúdos a algum tratamento – estatístico, classificatório ou de qualquer outro tipo.

Conforme argumenta a socióloga portuguesa Rosa Moinhos (2006, p. 79-80), esse tipo de análise permite captar não apenas informações explicitamente apresentadas nos textos, mas também as ideias implicitamente associadas aos conteúdos dispostos. Para tanto, é fundamental que algumas etapas básicas sejam cumpridas, que vão desde a leitura prévia do material, passando pela identificação dos elementos de análise até a interpretação dos dados.

Aqui, é preciso destacar que, pelo ineditismo que caracteriza o presente estudo, não é possível estabelecer comparação com períodos anteriores. Contudo, esta pesquisa já permite observar e avaliar as ênfases e o volume da cobertura jornalística sobre o tema mulheres na política no ano eleitoral de 2010 no Brasil.

Universo de análise

Esta pesquisa monitorou a produção editorial de 29 jornais impressos, quatro revistas semanais e quatro telejornais, selecionados de acordo com os seguintes critérios:

- diários impressos de grande relevância política e social, cuja circulação se dá em âmbito nacional;[2]
- inclusão de pelo menos um diário em todos os Estados brasileiros em que foram identificadas candidaturas femininas consideradas competitivas ao Senado e ao Executivo nas eleições em 2010;
- inclusão de revistas semanais de circulação nacional, com tiragens expressivas e ampla inserção social. As revistas *Veja*, *Época* e *IstoÉ* são os semanários informativos de maior circulação do país. A *Carta Capital*, por sua vez, apresenta um número de vendagem menos expressivo, mas atinge um público considerado formador de opinião. Além disso, a revista representa um contraponto importante à linha editorial assumida pela *Veja*, *Época* e *IstoÉ*, o que justifica sua inclusão;

[2] Estudo realizado pelo Instituto FSB com 307 deputados federais e 33 senadores, entre os dias 6 e 17 de dezembro de 2010, mostrou que 62% recorrem ao jornal como principal meio de informação, 23% à Internet, 9% aos telejornais e 3% às rádios; 70% dos parlamentares ouvidos preferem a *Folha de S.Paulo*, enquanto 33% leem *O Globo*, 17% *O Estado de S. Paulo*, 14% o *Correio Braziliense* e 12% o *Valor Econômico* (VASCONCELOS, 2011).

- todos os telejornais transmitidos em rede nacional no chamado "horário nobre", no segmento de TV aberta: *SBT Brasil*, *Jornal da Band*, *Jornal Nacional* e *Jornal da Record*.

Assim, o universo de análise foi configurado da seguinte forma:

- jornais nacionais: *Correio Braziliense*/DF; *Folha de S.Paulo*/SP; *O Estado de S. Paulo*/SP; *O Globo*/RJ;
- jornais regionais:
  AL: *Gazeta de Alagoas; O Jornal*
  AM: *A Crítica*
  BA: *A Tarde; Correio da Bahia*
  DF: *Jornal de Brasília*
  ES: *A Gazeta; Folha de Vitória*
  GO: *Diário da Manhã; O Popular*
  MA: *O Estado do Maranhão; O Imparcial*
  PA: *Diário do Pará; O Liberal*
  PR: *Folha de Londrina; Gazeta do Povo*
  RN: *Diário de Natal; Tribuna do Norte*
  RS: *Jornal do Comércio; Zero Hora*
  RO: *O Estadão do Norte*
  RR: *Folha de Boa Vista*
  SC: *A Notícia; Jornal de Santa Catarina*
  SP: *Jornal da Tarde*
- revistas: *Veja; IstoÉ; Época; Carta Capital;*
- telejornais: *SBT Brasil; Jornal da Band; Jornal Nacional; Jornal da Record.*

A seleção dos 14 Estados e do Distrito Federal foi realizada com base na formalização de candidaturas de mulheres com forte expressão eleitoral para cargos majoritários no Executivo e Legislativo:

- *candidatas ao Senado*: Maria de Lourdes Abadia (PSDB/DF), Ana Amélia Lemos (PP/RS), Angela Portela (PT/RR), Fátima Cleide (PT/RO), Gleisi Hoffmann (PT/PR), Heloisa Helena (PSOL/AL), Lídice da Mata (PSB/BA), Lúcia Vânia (PSDB/GO), Marilene Correa (PT/AM), Marluce Pinto (PSDB/RR), Marta Suplicy (PT/SP), Profa. Neide/Rosineide Silva de Souza (PSB/PA), Rita Camata (PSDB/ES), Vanessa Grazziotin (PCdoB/AM), Vilma (PSB/RN);
- *candidatas a Governo*: Ana Júlia Carepa (PT/PA), Angela Amin (PP/SC), Ideli Salvatti (PT/SC), Rosalba Ciarlini (DEM/RN), Roseana Sarney (PMDB/MA), Yeda Crusius (PSDB/RS).

Sempre que possível, foram contemplados dois jornais regionais/locais nestes Estados. As exceções foram Rondônia, Roraima e Amazonas, em que a captação de notícias por meio eletrônico ainda é muito deficiente. No Distrito Federal e em São Paulo, foram monitorados dois e três diários, respectivamente, sendo que apenas um deles (em cada Estado) foi classificado na categoria regional.

Período de análise

O monitoramento foi realizado diariamente durante quatro meses – de 1º de julho a 31 de outubro de 2010, em um total de 123 dias. Foi contemplado, portanto, todo o período de campanha eleitoral que, segundo determinação do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), teve início em 6 de julho e encerrou-se em 31 de outubro, com as votações em 2º turno para a Presidência da República e para os Executivos de alguns Estados.

Critérios para seleção de notícias

Foram consideradas apenas as notícias sobre eleições que abordassem questões relacionadas às mulheres, seja como público-alvo de políticas públicas, seja como eleitoras, candidatas e objeto de discursos políticos. Dessa forma, o monitoramento foi dividido em três focos principais de abordagem:

- *mulheres como eleitoras*: matérias jornalísticas que abordam questões relacionadas ao comportamento eleitoral feminino;
- *mulheres como candidatas*: matérias que tratam de questões relacionadas às candidaturas femininas, desde que apresentem algum enfoque que diga respeito às mulheres ou aos interesses e direitos das mulheres – possíveis discriminações sofridas pelas mulheres no contexto da disputa eleitoral; vantagens e desvantagens de se ter uma mulher como presidente, governadora, senadora; discussão sobre comportamentos considerados "tipicamente" femininos e masculinos apresentados por candidatos e candidatas; entre outros aspectos;
- *mulheres como foco de políticas públicas ou do discurso de candidatos e candidatas*: matérias que apresentam ou discutem projetos e propostas que atendam de forma específica às mulheres. Para este trabalho considerou-se o conteúdo do II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres, dividido em 11 áreas ou eixos temáticos e que contém indicações sobre 388 ações a serem implementadas

para reduzir a desigualdade entre mulheres e homens no país (BRASIL/PR/SPM, 2008). O material coletado inclui textos jornalísticos sobre candidaturas femininas ou masculinas, desde que o público beneficiário das propostas seja composto principalmente por mulheres. Assim, políticas universais de saúde, educação e segurança não foram consideradas, pois seu foco não é direcionado especificamente para o público feminino.

Elementos de análise

A classificação das matérias selecionadas deu-se em torno dos seguintes elementos:[3]

- identificação (veículo, data, título, chamada, seção, formato do texto, autoria);
- foco central da notícia (candidatura; eleitorado; agenda política);
- enquadramento (individual, público, privado; cargo; tema da agenda política; nível de governo);
- abrangência geográfica do conteúdo abordado;
- ótica investigativa (denúncia, causas e soluções para problemas);
- menção a legislação;
- menção a políticas públicas;
- fontes de dados e informações citados na matéria;
- fontes ouvidas ou citadas;
- questões específicas sobre desigualdades entre homens e mulheres no campo político.

Mulheres na política: uma pauta presente na cobertura sobre as eleições de 2010

Fato que, isolado, não atrairia atenção da mídia, a sub-representação feminina na esfera política, que pouco mobilizou debates nas últimas décadas, ganhou destaque jornalístico, em 2010, por seu caráter de contraste – e mesmo de contradição – com a forte probabilidade de eleição, pela primeira vez na história do Brasil, de uma mulher para o cargo de presidente da República.

[3] Mais detalhes sobre os elementos considerados na classificação das matérias serão apresentados a seguir, na análise do material coletado.

Tradicionalmente, o foco midiático sobre uma pauta justifica-se, como regra geral, por sua excepcionalidade. No caso do tema mulheres na política, como as mulheres têm sido historicamente excluídas da esfera pública, o acesso a cargos de poder político é sempre noticiado pela imprensa – no Brasil e também no resto do mundo – como uma conquista, da mesma forma que ocorreu, outrora, com acesso ao ensino superior e a profissões tidas como essencialmente masculinas. Como exemplo, pode-se citar o jornal norte-americano *The New York Times*, que em 8 de setembro de 1928 noticiou a eleição da brasileira Alzira Soriano, "a primeira mulher escolhida como prefeita por meio de eleição em um país latino-americano". Alzira obteve 60% dos votos válidos do município de Lages, no Rio Grande do Norte (SCHUMAHER; BRAZIL, 2000, p. 36).

Assim, as pioneiras são invariavelmente destacadas pela imprensa como: a primeira prefeita, governadora, senadora, ministra do Supremo Tribunal Federal, superintendente da Receita Federal, e assim por diante.

Dessa maneira, nas matérias analisadas nesta pesquisa, as frases mais recorrentes foram "a primeira vez que uma mulher tem chance de chegar à Presidência" e "reduzida participação das mulheres no Executivo e no Legislativo", em comparação com outros países. No entanto, como será evidenciado ao longo deste texto, a frequência dessas expressões não garantiu uma abordagem aprofundada e crítica por parte da imprensa ao problema da sub-representação política das mulheres.

Tema pautado por duas mulheres na corrida presidencial

A análise do material permite concluir que o principal fator que contribuiu para um olhar mais atento da mídia jornalística para o tema mulheres na política foi, sem dúvida, a presença de duas candidatas com densidade política e com forte expressão eleitoral na campanha presidencial de 2010. Neste ponto é preciso destacar que a eleição presidencial esteve em primeiro plano na cobertura política de todos os jornais acompanhados, tanto nos de abrangência nacional como nos de veiculação regional e local.

De acordo os dados coletados entre 1º de julho e 31 de outubro de 2010, o tema mulheres na política foi pauta de: 3.372 matérias publicadas nos 29 diários impressos das cinco regiões do país (média de uma matéria por dia); 67 textos veiculados nas quatro revistas semanais; e 74 matérias transmitidas pelos quatro telejornais acompanhados.

Tabela 1
Distribuição das matérias sobre mulheres na política, segundo tipo de mídia
Brasil – julho-outubro 2010

Tipo de mídia	Nº de matérias
Jornais regionais/locais (25)	1.889
Jornais nacionais (4)	1.483
Revistas (4)	67
Telejornais (4)	74
Total	**3.513**

Fonte: Pesquisa A Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010 – Monitoramento de Mídia.

"Grande imprensa" do Sudeste concentrou maior parte da cobertura

O levantamento indica uma expressiva concentração nos quatro jornais de circulação nacional – *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo*, *O Globo* e *Correio Braziliense* – que foram responsáveis por 43,1% do total da cobertura realizada sobre o tema. A média alcançada pelos diários impressos de circulação nacional foi de três notícias por dia, ao passo que nos jornais regionais esse índice caiu para uma notícia a cada dois dias. Entre as revistas, a média foi de uma notícia diária, considerando o fato de que estas publicações circulam apenas uma vez por semana.

Aqui é importante destacar que, ao serem realizadas quaisquer comparações, em especial de caráter quantitativo, entre os diferentes tipos de veículos analisados, deve-se sempre ter em mente que os jornais, as revistas e os telejornais possuem características muito diferenciadas em termos de periodicidade, formato e circulação/público.

A Região Sudeste concentra as redações dos principais jornais de abrangência nacional, a chamada "grande imprensa". Os jornais selecionados para análise – *Folha de S.Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo* – constituem importante referência para a definição de pautas nas redações de TVs, rádios e *sites* noticiosos, bem como para o debate público no país, em especial no que se refere aos processos de definição da agenda política. Já na Região Centro-Oeste, situa-se a redação do jornal *Correio Braziliense*, de menor circulação, mas que mantém significativa influência, especialmente em Brasília, centro do poder político nacional.

Foi observado um equilíbrio quantitativo na cobertura dos três principais jornais nacionais analisados, que apresentaram uma média de 26,5% da cobertura desse segmento. O *Correio Braziliense* ficou um pouco abaixo, com pouco mais de 20%.

Entre os jornais regionais/locais destacaram-se, na cobertura sobre o tema mulheres na política, a *Folha de Vitória*, do Espírito Santo, e o *Jornal de Brasília*, do Distrito Federal, com cerca de 10% do material analisado.

Eleições em destaque na pauta das revistas; cobertura modesta nos telejornais

O balanço geral da cobertura das revistas semanais indica que aproximadamente 30% das matérias publicadas referiram-se às eleições, sendo que quase 10% destas vinculavam essa cobertura a questões relacionadas às mulheres. Os destaques são as revistas *Carta Capital* e *Época*, ambas com mais que o dobro de *Veja* e *IstoÉ*.

Os números alcançados no monitoramento dos jornais televisivos são bem mais modestos do que os observados nos veículos impressos (jornais e revistas), seja na quantidade de notícias sobre eleições com enfoque nas questões relacionadas às mulheres, seja na utilização dos elementos de contextualização e de qualificação do conteúdo jornalístico. É preciso levar em conta, no entanto, o fato de que a abordagem televisiva segue uma lógica de comunicação bastante distinta da mídia impressa. Na TV, os conteúdos assumem um caráter mais fragmentado, marcado pela rapidez e imediatismo e pautado pela combinação de som e imagem.

As peculiaridades do modelo televisivo de comunicação jornalística explicam a ausência de muitos dos elementos que são analisados nos impressos, mas não devem levar à conclusão de que seus conteúdos são pouco informativos ou de baixa qualidade. Além disso, é fundamental ressaltar que os telejornais analisados mantêm uma expressiva audiência e um nível de alcance que não se compara ao dos jornais impressos. Segundo pesquisa do Instituto Datafolha, realizada em 2010, a TV era a mídia preferida de 65% dos entrevistados para obterem informações sobre as eleições. Os jornais apareciam em segundo lugar, com 12% da preferência (MACHADO, 2010).

Foi observada uma baixa presença do tema mulheres na política na cobertura sobre as eleições nos noticiários televisivos. O balanço geral dessa cobertura indica que menos de 5% das notícias traziam questões sobre mulheres nas eleições. Contudo, é importante destacar que, com a aproximação do pleito presidencial, as candidatas Dilma Rousseff e Marina Silva passaram a frequentar com mais intensidade os espaços jornalísticos, tendo suas agendas – e imagens – divulgadas diariamente nos telejornais nacionais.

De acordo com os dados coletados entre julho e outubro de 2010 nos quatro telejornais de alcance nacional das principais emissoras de TV aberta do país, o tema mulheres na política foi pauta de 74 notícias. Aproximadamente 24% delas (18) foram mencionadas na chamada do noticiário, o que reflete o destaque dado à notícia no telejornal.

O levantamento aponta uma maior concentração de notícias no *Jornal Nacional*, da Rede Globo, que foi responsável por 32,4% da cobertura, oito pontos acima dos dois segundos colocados: *Jornal da Band* e *SBT Brasil*, ambos com 24,3%.

Polêmica sobre aborto concentrou a cobertura no mês de outubro

Os dados analisados indicam que a cobertura sobre mulheres na política concentrou-se nos momentos finais das campanhas eleitorais, quando o tema aborto foi amplamente pautado pela imprensa (AGÊNCIA PATRÍCIA GALVÃO, 2010b).[4] O monitoramento realizado revela que mais de 50% de todo o material estudado foi publicado em outubro.

Entre os jornais, houve um movimento crescente no número de matérias publicadas ao longo dos três primeiros meses de análise, seguido de um salto expressivo em outubro. As revistas intensificaram a cobertura sobre mulheres na política entre o primeiro e o segundo mês de campanha, caindo levemente em setembro e voltando a subir em outubro.

Tabela 2
Distribuição das matérias sobre mulheres na política, por tipo de mídia
Brasil – julho-outubro 2010

Em porcentagem

Meses	Jornais nacionais	Jornais regionais	Revistas	Telejornais
Julho	9,31	11,91	14,93	1,40
Agosto	12,20	14,03	22,38	5,40
Setembro	21,17	17,42	8,96	20,30
Outubro	57,32	56,64	53,73	73,00
Total	**100,00**	**100,00**	**100,00**	**100,00**

Fonte: Pesquisa A Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010 – Monitoramento de Mídia.

[4] Ver também, nesta publicação, o artigo "Cobertura da imprensa sobre aborto nas eleições de 2010", em que Jacira Vieira de Melo analisa como o tema do aborto foi tratado na cobertura jornalística durante as eleições de 2010.

Assim como ocorreu nos veículos impressos, os dados indicam que a cobertura sobre mulheres na política nos telejornais concentrou-se nos momentos finais da campanha, impulsionada pela repercussão do tema do aborto. O mês de outubro registrou 73% das notícias veiculadas sobre o tema na TV. Em julho e agosto, quando a campanha eleitoral estava menos aquecida, a abordagem de questões relacionadas às mulheres na política foi praticamente inexistente.

Uma importante presença nas páginas de Opinião

Embora não seja possível avaliar o conteúdo de uma matéria a partir de seu formato, esse elemento serve como indicador do enfoque e da prioridade dados pelo veículo a determinado assunto. Percentuais elevados de artigos assinados, por exemplo, sugerem que, além dos colunistas dos próprios jornais, outros atores sociais e políticos envolvidos com o tema conquistaram espaço para apresentar seus argumentos e aprofundar o debate público. Os editoriais, por sua vez, ocupam o primeiro caderno – área nobre, dedicada ao debate de questões relevantes e de interesse público e social – para explicitar com destaque os posicionamentos dos veículos sobre as diversas questões abordadas, o que muitas vezes (mas não obrigatoriamente) serve de orientação a seus contratados, dessa forma interferindo nas decisões editoriais. Pode-se dizer, então, que um volume considerável de textos opinativos tende a denotar a relevância do assunto na agenda dos veículos de comunicação.

Assim, no material coletado, chama atenção a quantidade de textos publicada nas seções opinativas: 19,9% e 10,8% do material produzido pelos veículos nacionais e regionais, respectivamente. Trata-se de um importante indicativo de que houve espaço para uma abordagem menos factual e mais analítica no que se refere à cobertura do tema mulheres na política durante o período analisado.

Também merecem destaque os cadernos especiais sobre as eleições, nos quais foram publicados 13,3% das notícias veiculadas nos jornais regionais. Note-se que cadernos desse tipo não tiveram a mesma expressão nos diários nacionais (2,8%), que cotidianamente já dedicam mais espaço aos temas políticos.

Aqui é preciso explicar o significativo número de matérias em que não foi possível identificar a seção ou caderno de publicação. Essa dificuldade deve-se ao fato de que, nas clipagens eletrônicas – método de coleta adotado na pesquisa –, as matérias selecionadas nem sempre trazem

informações completas sobre a sua localização dentro do veículo, um problema que foi mais recorrente entre os jornais regionais.

Reportagens dominaram a cobertura

Segundo o levantamento realizado, 68,7% dos textos sobre mulheres na política publicados no período das eleições estão no formato de reportagem. Esse percentual é ainda maior se forem considerados apenas os jornais nacionais (74,4%), mas menor entre as revistas (53,7%).

Tipo mais comum de material jornalístico, as reportagens são, por definição, factuais, mesmo quando se baseiam no testemunho direto de acontecimentos e situações, tendo em geral uma perspectiva atual e vinculada a determinado momento e contexto.

Artigos, entrevistas, cartas de leitores, editoriais, colunas sociais, colunas de consultas e enquetes – formatos opinativos – respondem por 23% dessa cobertura.

Mais analíticas por natureza – em razão, entre outros aspectos, de sua periodicidade semanal, que permite uma cobertura mais analítica e aprofundada por dispor de mais tempo para levantamento de informações e busca de fontes especializadas, em contraposição aos jornais impressos e televisivos diários –, as revistas também se destacam com a maior proporção de artigos de opinião (19,4%) e de cartas de leitores (13,4%). Os jornais regionais, por sua vez, apresentam a menor proporção desse tipo de texto: 9,5% e 3,3%, respectivamente.

Predomínio do masculino na autoria dos textos

Nos veículos impressos (jornais nacionais e regionais e revistas), predominam as notícias assinadas por homens. A diferença entre os textos elaborados por homens e mulheres supera a marca dos 10 pontos percentuais em todos os casos e chega a 50 pontos nas revistas.

Entre os jornais regionais, observa-se maior número de reportagens não assinadas e cuja origem não é identificada. Já nos veículos de circulação nacional e nas revistas, aumenta o número de textos opinativos, com a devida identificação dos seus responsáveis, que são em sua maioria homens.

Entre os repórteres que cobriram o tema monitorado nos telejornais, predominaram os homens, que são responsáveis por 50% das notícias apresentadas, enquanto as mulheres respondem por 44%. Apesar do predomínio masculino, vale observar que a diferença entre os sexos é muito menor do que a identificada nos jornais impressos, em que o número de

textos assinados por homens ficou quase 15 pontos acima daquele assinados por mulheres.

Embora maioria dos votantes, eleitoras receberam pouca atenção

A cobertura sobre mulheres na política deu-se em torno de dois focos principais: as candidaturas femininas e a agenda de interesse das mulheres. No primeiro caso, estão contabilizadas as matérias que discutiam as candidaturas, tendo em vista a condição feminina das postulantes aos cargos. No segundo estão os textos sobre algumas das questões que atingem diretamente a vida das mulheres brasileiras.

Já a cobertura sobre o comportamento eleitoral feminino – maioria do eleitorado brasileiro – assumiu um papel menos expressivo no período analisado e, quando abordado, referia-se especialmente à publicação de resultados de pesquisas de intenção de voto quando estas destacavam o recorte de sexo. Nesse caso, foram identificadas algumas matérias que problematizavam a importância do voto feminino em um contexto eleitoral em que duas mulheres disputavam as eleições com chances reais de vitória, como, por exemplo: "Fátima Pacheco, socióloga: 'As mulheres não querem somente números e realizações. Elas querem a certeza de que haverá cumprimento do que é prometido, querem ser protagonistas e têm enxergado essa virtude em quem é como elas'" (CAITANO; DIAS, 2010).

É interessante observar que a cobertura analisada não conferiu ao eleitorado feminino a mesma importância e atenção que foram dadas pelas campanhas e pelos institutos de pesquisa. No caso dos presidenciáveis, foi possível constatar mais do que um interesse, uma preocupação com as mulheres como eleitoras e como alvo das políticas mencionadas em seus programas de governo.

> Lançada candidata à Presidência da República sob o lema 'Pátria Mãe, Pátria Mulher', em evento no qual a questão do gênero foi abordada como um dos pontos centrais da campanha eleitoral, a petista Dilma Rousseff não detalha ideias, mas quer voto feminino. (DELGADO, 2010)
>
> "A questão das mulheres tem muitas dimensões, uma delas é a saúde. Se eleito dentro de três a quatro anos todas as mulheres acima de 40 anos terão feito a mamografia", disse. O candidato tucano afirmou ainda que criará um programa chamado Mãe Brasileira, voltado para as mulheres que estão grávidas, que contemplará seis exames de pré-natal, além de acompanhamento do parto e realização do pós-natal. De acordo com Serra, as mulheres de baixa renda receberão um enxoval para o bebê. "Esse

> programa já existe, foi feito em Curitiba e em São Paulo, mas nós queremos ampliar para todo o Brasil", afirmou. (ARAÚJO, 07/08/2010)

A importância do voto das mulheres acabou confirmada pelas urnas e pela análise de especialistas, que foram unânimes em afirmar que o "voto feminino foi decisivo para levar a eleição ao 2º turno" (SCOFIELD Jr., 2010).

Tabela 3
Distribuição das matérias, por tipo de mídia, segundo foco central da abordagem
Brasil – julho-outubro 2010

Em porcentagem

Foco central da abordagem (1)	Jornais nacionais	Jornais regionais	Revistas	Telejornais
Agenda política de interesse das mulheres	56,70	58,10	52,20	66,21
Candidatura/s feminina/s	55,30	51,70	64,20	29,73
Pesquisas, voto/eleitorado feminino	7,90	10,70	16,40	1,35
Outro	0,50	0,50	0,00	(2)14,86

Fonte: Pesquisa A Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010 – Monitoramento de Mídia.
(1) Permite marcação múltipla.
(2) Nos telejornais, nove matérias (ou 12,16% do total de 74 inserções) trataram da agenda dos candidatos/as à Presidência.

Aproximadamente 57% da cobertura produzida pelos jornais e revistas focalizaram temas da agenda de interesse das mulheres. Cerca de 50% dos textos referiam-se a candidaturas femininas, com destaque para as revistas, em que esse percentual chegou a 64,2%. Quase 10% das notícias abordaram questões referentes ao comportamento do eleitorado feminino; nas revistas esse valor chega a 16,4%.

Da mesma forma que nos jornais impressos, a cobertura dos telejornais concentrou-se nos dois focos principais: as candidaturas femininas e a agenda de interesse das mulheres. Mas, enquanto nos impressos havia um relativo equilíbrio entre estes dois enfoques, a mídia televisiva deu maior destaque à agenda de interesse das mulheres. Vale observar, no entanto, que essa agenda limitou-se à polêmica sobre o tema do aborto, deixando de lado uma multiplicidade de questões que atingem diretamente a vida das mulheres brasileiras. O tema da violência contra as mulheres frequentou a cobertura de maneira transversal, mais por conta do caso da iraniana Sakineh Ashtiani, condenada à morte pela acusação de adultério e de ser cúmplice no assassinato do marido e a quem os presidenciáveis

Dilma Rousseff e José Serra fizeram referências em pronunciamentos durante suas campanhas, e o então presidente Lula cogitou ofertar asilo político no Brasil.

Uso do tema do aborto como arma eleitoral

Se, por um lado, cerca de metade de toda a cobertura sobre a agenda de interesse das mulheres tratava da questão do aborto, por outro, as matérias sobre esse tema não discutiam a questão enquanto problema social ou de saúde pública – isto é, sob uma perspectiva de políticas públicas com foco nas mulheres –, mas se limitavam a um enfoque superficial, que procurava muito mais a explicitação da posição dos candidatos em relação a essa prática ou sua eventual descriminalização (BIROLI, 2010). E, se nos jornais impressos a abordagem da questão da interrupção da gravidez já era feita de maneira superficial, na TV essa característica ficou ainda mais evidente. A cobertura sobre o comportamento eleitoral feminino, por sua vez, foi praticamente inexistente nos telejornais.

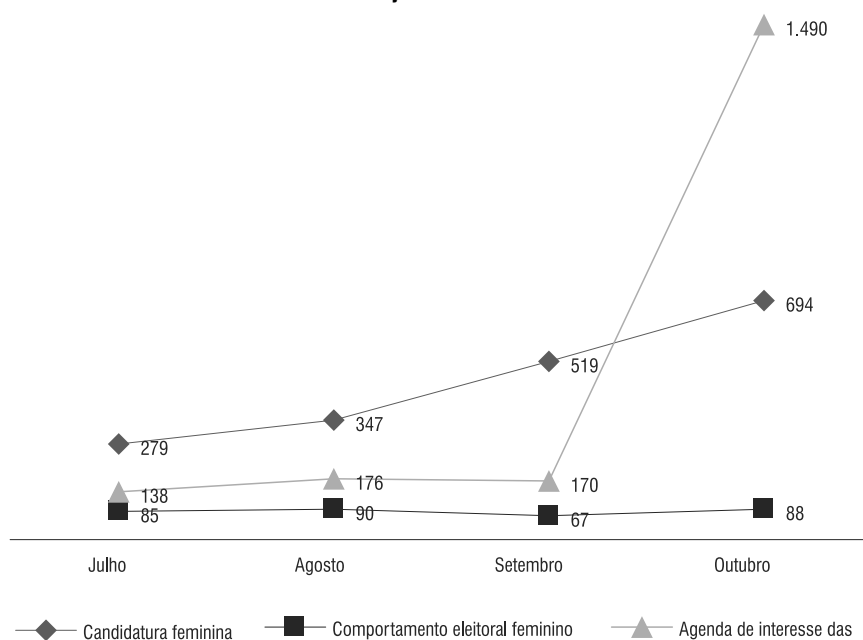
Tabela 4
Distribuição das matérias, por tipo de mídia, segundo temas relacionados à agenda feminina. Brasil – julho-outubro 2010

Em porcentagem

Temas da agenda de interesse das mulheres (1)	Jornais nacionais	Jornais regionais	Revistas	Telejornais
Aborto (des/criminalização, acesso ao aborto legal, em caso de anencefalia)	64,39	54,78	43,48	73,47
Saúde da mulher em geral (inclui mortalidade materna, planejamento familiar)	7,10	12,79	10,86	18,37
União civil entre pessoas do mesmo sexo	10,10	7,96	13,04	2,04
Participação feminina na política (inclui lei eleitoral)	4,64	7,15	17,39	0,00
Creches	1,64	3,02	4,35	6,12
Bolsa Família	2,46	2,32	2,17	0,00
Violência contra as mulheres	2,46	3,13	2,17	0,00

Fonte: Pesquisa A Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010 – Monitoramento de Mídia.
(1) Percentual calculado com base no total de matérias que têm como foco "agenda de interesse das mulheres". Permite marcação múltipla.

O Gráfico 1 descreve o comportamento dos três focos temáticos ao longo do período monitorado, podendo-se observar um movimento expressivo de aumento do número de matérias sobre a agenda de interesse das mulheres. Como já apontado, o tema do aborto configurou-se como o grande responsável pelo crescimento da quantidade de matérias classificadas como agenda de interesse das mulheres ao longo do último mês da campanha.

Gráfico 1
Número de matérias veiculadas na mídia, segundo focos de abordagem
Brasil – julho-outubro 2010

1.490
694
519
347
279
138 176 170
85 90 67 88
Julho Agosto Setembro Outubro

Candidatura feminina — Comportamento eleitoral feminino — Agenda de interesse das

Fonte: Pesquisa A Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010 – Monitoramento de Mídia.

Predomínio absoluto da campanha presidencial

Considerando-se que a eleição presidencial dominou a cobertura política dos jornais de abrangência nacional e regional/local, pode-se afirmar que o fator que mais influiu para que a mídia impressa voltasse os olhos para o tema mulheres na política foi a presença de duas candidatas com densidade política e forte expressão eleitoral na campanha presidencial de 2010.

Nas notícias cujo foco temático referia-se a candidaturas femininas, prevaleceu a menção às postulantes ao cargo de presidente (mais de 60% nos jornais impressos e revistas e quase 100% nos telejornais), reflexo de uma cobertura voltada para a discussão da esfera nacional e pouco dedicada a questões locais.

As candidaturas femininas ao Senado tiveram mais destaque nos jornais regionais (7,35%) do que nos nacionais (3,28%). Ainda assim, em ambos os casos, elas ficaram bem abaixo dos cargos para o Executivo.

As candidatas à Câmara Federal e às Assembleias estaduais foram mencionadas em menos de 5% dos textos publicados nos jornais, sendo que nenhuma referência foi feita a elas nas revistas semanais pesquisadas.

Nota Técnica: textos com dimensão mínima foram excluídos da análise completa

Do total de 3.372 matérias publicadas nos jornais impressos, mais de 35% eram notas (textos com menos de 500 caracteres) e matérias com dimensão mínima (quando o tema em foco aparece em uma linha da matéria, de maneira absolutamente lateral), que foram classificadas parcialmente, tendo sido descartada uma análise de conteúdo mais detalhada. O mesmo ocorreu com as revistas, o que reduziu o total de textos publicados pelas semanais para 53, um número considerado baixo para a realização de algumas análises e cruzamentos.

Assim como nos jornais impressos, a abordagem do tema mulheres na política na cobertura das eleições foi feita de forma superficial em grande parte das notícias veiculadas nos telejornais: 27% das notícias tiveram dimensão mínima (o conteúdo referente ao tema esteve presente em menos de 10% do tempo de veiculação), enquanto as notícias exclusivamente relacionadas ao tema somaram 31 casos, o equivalente a 41,9% da cobertura.

A análise de conteúdo apresentada a seguir foi realizada, portanto, com base no seguinte universo:

- jornais nacionais: 936;
- jornais regionais: 1.208;
- revistas: 53;
- telejornais: 31.

Políticas públicas ficam fora da pauta

A cobertura do tema mulheres na política priorizou o enquadramento temático e individual, deixando em segundo plano a discussão do ponto de vista dos poderes públicos e, consequentemente, das políticas públicas.

O enquadramento individual foi adotado na classificação das matérias que abordaram uma liderança política feminina enquanto indivíduo,

persona política; já o enquadramento temático refere-se às mulheres em geral em relação, por exemplo, ao acesso ao poder político. Ou seja, na maioria das matérias estiveram em destaque a figura política e o contexto mais amplo das mulheres nos espaços de poder, em detrimento das abordagens referentes a propostas de políticas públicas e programas de governo focados nas mulheres.

Os resultados indicam que mais de 40% dos textos publicados nos jornais impressos apresentam enquadramento temático, enquanto nas revistas esse percentual sobe para 83%. A perspectiva individual esteve presente em 38% dos textos dos jornais impressos; já nas revistas ela cai para 13%.

O enquadramento no poder público, menos expressivo, está focado no Executivo, com aproximadamente 10% das respostas verificadas nos jornais impressos. Em seguida aparece a Justiça Eleitoral, com apenas 1,7%. A perspectiva de outros poderes, como Legislativo, Judiciário em geral e o Ministério Público, ficou abaixo de 1%.

As perspectivas do setor privado e do terceiro setor são praticamente inexistentes na cobertura, enquanto a sociedade em geral determina o enquadramento de não mais que 2,5% dos textos.

Seguindo a mesma tendência observada nos jornais impressos, a cobertura, na TV, do tema mulheres na política priorizou os enquadramentos temático e individual. Aproximadamente 46% das notícias apresentaram enquadramento temático. A perspectiva individual ficou em 44%. Nenhuma notícia foi abordada a partir da perspectiva dos poderes públicos. O mesmo aconteceu com o terceiro setor. A sociedade em geral conseguiu assegurar o seu ponto de vista em 9,3% das notícias, o equivalente a cinco casos.

Uma cobertura concentrada na esfera federal

Os dados coletados indicam ainda que a cobertura sobre mulheres na política, nos veículos pesquisados, se deu majoritariamente no âmbito federal, tanto nos jornais regionais quanto nos nacionais. É bem verdade que a cobertura da esfera pública estadual é maior entre os veículos locais, mas, ainda assim, em patamares muito inferiores do que o observado nas questões consideradas de âmbito nacional.

Das notícias com enquadramento no setor público nos jornais regionais, 70,95% tiveram foco no governo federal. Esse percentual sobe para 81,51% nos veículos da abrangência nacional.

As questões especificamente relacionadas ao poder público estadual foram contempladas em menos de 29,05% da cobertura dos jornais regionais, 17,65% dos nacionais e ignoradas pelas revistas.

A concentração da cobertura na esfera federal vem mais uma vez confirmar a forte influência da eleição presidencial sobre a abordagem da questão mulheres na política. Esta foi a primeira vez que duas mulheres entraram na disputa presidencial, o que fez com que a perspectiva de ter uma mulher na Presidência da República tivesse muito mais destaque do que a reincidência de muitas mulheres disputando governos e assentos no Senado. Embora a representação política feminina ainda esteja muito aquém daquilo que significaria um equilíbrio entre homens e mulheres, os Estados já experimentaram algumas vezes a vitória de mulheres em disputas eleitorais, como governadoras e senadoras.

E, para além da excepcionalidade de duas candidatas figurarem no centro da disputa ao cargo de presidente, pode-se dizer que o predomínio da disputa presidencial na cobertura reflete o sistema federativo vigente no país, em que a maioria das decisões importantes nos âmbitos político, econômico e social passa pelas instâncias do governo central, o que, em consequência, reduz significativamente o poder dos Estados.

É importante também ressaltar que os jornais de circulação nacional e os telejornais monitorados alcançam todo o país e têm a intenção deliberada de abordar conteúdos de interesse mais abrangente, o que poderia ajudar a compreender o forte apelo das questões nacionais em detrimento de fatos e candidaturas de âmbito mais localizado.

Adicionalmente, o número de notícias com enfoque na agenda das mulheres foi impulsionada pela discussão sobre a descriminalização do aborto, uma polêmica gerada no âmbito da disputa presidencial, que certamente influenciou a discussão nos Estados, mas que não teve uma repercussão tão significativa quanto a observada na campanha dos dois candidatos que enfrentaram o segundo turno das eleições para presidente da República.

Falta de investigação limita a cobertura à constatação de fatos já conhecidos

A análise da cobertura sobre o tema mulheres na política revela uma diferença significativa entre jornais e revistas no que se refere à problematização das questões relativas às mulheres na cobertura das eleições 2010. Enquanto nos jornais a narrativa assumiu um caráter mais factual, as revistas avançaram para a denúncia/alerta sobre problemas e também para o debate sobre causas e soluções, o que indica a existência de um debate mais focado no diagnóstico.

Se, por um lado, um olhar mais panorâmico sobre o contexto de baixa mobilização para esse debate revela que a tendência de enfatizar as causas se mostra positiva, por outro, ainda é tímida a cobertura sobre os significados dos fatos apresentados para o debate sobre o fortalecimento da democracia no país. Ou seja, faltam investimentos para uma ótica investigativa e mais abrangente do problema, que paute a busca de soluções a partir da necessidade de uma reforma política profunda, que leve os partidos a promoverem ações voltadas para o fortalecimento e ampliação da participação efetiva das mulheres na política.

O trabalho investigativo foi significativamente frequente nas revistas, mais analíticas por excelência. As denúncias/alertas apareceram em 30,2% dos textos. Destes, 81,3% discutiram causas (13 textos) e 43,8% buscaram soluções (sete casos).

Legislação eleitoral: muito aquém da Lei da Ficha Limpa

Pode-se afirmar que, na cobertura do tema mulheres na política, durante as eleições de 2010, a imprensa analisada evidenciou preocupação em referendar seu trabalho sob a perspectiva dos direitos. Segundo os dados coletados, aproximadamente 25% dos textos de jornais e revistas mencionaram alguma legislação.

Contudo, de acordo com o levantamento realizado, as referências à legislação nos jornais regionais e nacionais concentraram-se no projeto de lei sobre a descriminalização do aborto (29,43% e 27,37%, respectivamente), seguidas pelas menções à Lei da Ficha Limpa, à definição de cotas eleitorais e pela legislação que permite o aborto em alguns casos específicos.

A análise das revistas, embora feita com base em um número absoluto considerado baixo (apenas 13 textos mencionaram legislação), também deu destaque à Lei da Ficha Limpa (quatro casos), à lei de cotas eleitorais (três casos), seguida pelo projeto de descriminalização do aborto, pela lei que estabelece o aborto em casos previstos em lei e por legislações em geral (todos mencionados em duas notícias).

Foram referidas de maneira muito pontual – ou sequer foram citadas – leis sobre direitos das empregadas domésticas, direito à casa abrigo para a mulher ameaçada/em risco e a sua manutenção, direito à aposentadoria para donas de casa, legislação relativa à violência sexual contra mulheres e ao assédio moral e/ou sexual no trabalho e leis referentes à igualdade (de acesso e remuneração) no mundo do trabalho.

Nos telejornais as legislações foram mencionadas em 20% das notícias, percentual mais próximo do observado entre os impressos (25%). As

mais citadas foram: o projeto de lei de descriminalização do aborto (cinco matérias); a Lei da Ficha Limpa (quatro); e o III PNDH – Plano Nacional de Direitos Humanos (dois textos).

Lei eleitoral não recebe a devida atenção, nem em tempos de eleições

Ao se observarem as tendências da cobertura jornalística sobre mulheres na política e a legislação eleitoral, constata-se que esta pauta, apesar da sua relevância, não se mostrou uma agenda consolidada nas editorias de política. O monitoramento realizado permite afirmar que os jornais nacionais concentraram suas atenções sobre o tema das cotas por sexo no período pré-eleitoral – para esta pesquisa, mais precisamente no mês de julho –, enquanto os jornais regionais, que também cobriram essa questão no período pré-eleitoral, destinaram maior espaço para essa pauta no período propriamente eleitoral (agosto a outubro).

O que chama a atenção é a baixa cobertura sobre o tema que foi reservada pelos jornais nacionais em outubro, pois os resultados das eleições proporcionais foram conhecidos ainda na primeira semana do mês. Com base nos dados do Tribunal Superior Eleitoral, que foram amplamente divulgados pela imprensa, a bancada feminina no Congresso permaneceu inalterada, contrariando a tendência de crescimento gradual que vinha sendo observada até então: uma média de acréscimo de quatro novas parlamentares a cada legislatura. Soma-se a este fato a informação de que, em 2010, o número de candidatas à Câmara Federal quase que dobrou em relação à disputa de 2006, tendo sido registrada 40% a mais de candidaturas femininas (CONGRESSO EM FOCO, 2010).

As análises de diferentes estudiosos e especialistas são convergentes: o preenchimento de vagas por mulheres nas listas dos partidos foi apenas uma tentativa de cumprir a exigência da legislação sobre a cota mínima de candidaturas para cada sexo. A eleição de 2010 mostrou mais uma vez que a arregimentação de um maior número de mulheres candidatas tem se revelado insuficiente para aumentar o número de eleitas. Neste sentido, esses especialistas argumentam que, para que isso se concretize de fato, é preciso que a competição eleitoral seja mais igualitária, o que impõe mudanças significativas, por exemplo, na estrutura e no financiamento das campanhas das candidatas.

“Não adianta aumentar as cotas sem dar condições para as mulheres participarem e competirem em nível de igualdade com os homens”, alerta Teresa Sacchet, do Núcleo de Pesquisas de Políticas Públicas da Univer-

sidade de São Paulo. Especialista em financiamento eleitoral, a pesquisadora aponta a existência de uma relação direta entre o quanto é gasto em campanha e as chances de o candidato se eleger. “É mais ou menos assim: se você entrar numa campanha e não gastar nada, sua chance de se eleger será zero. E as mulheres gastam, em média, 40% a menos do que os homens nas eleições”, explica a pesquisadora (BARROS, 2010).

Segundo Sacchet, registrou-se um aumento significativo nos gastos de campanha em 2010 e, em consequência, pôde ser observado um menor número de eleitas, ainda que o número de candidaturas femininas tenha quase dobrado em relação a 2006 (NEGRÃO, 2011).

Lacunas na cobertura ou oportunidades perdidas?

Ao abordar um tema não somente com um viés informativo, mas a partir de um enfoque de direitos, os veículos de comunicação dão um importante passo para a qualificação do noticiário. Isso porque esse enfoque possibilita a interpretação dos fatos no âmbito de uma ordem normativa, ou seja, do cumprimento ou negligência da Lei.

A partir dos dados deste monitoramento, nota-se que a Lei Eleitoral não recebeu a devida atenção da imprensa, mesmo se tratando do único mecanismo legal disponível para garantir o mínimo de igualdade de condições para as mulheres nas disputas eleitorais diante da sub-representação feminina na política institucional.

Nas eleições de 2010 havia, além de duas candidaturas competitivas de mulheres à Presidência, uma importante mudança na Lei Eleitoral (Lei nº 12.034, de 29 de setembro de 2009) que, se fosse respeitada pelos partidos políticos, poderia refletir um expressivo aumento no número de candidaturas femininas. Originalmente, a Lei previa que os partidos **reservassem** um mínimo de 30% das vagas para cada sexo, além de garantir uma parcela do tempo de propaganda no horário político eleitoral e um percentual do fundo partidário para as mulheres. A reformulação se deu com a seguinte redação: “Do número de vagas resultante das regras previstas neste artigo, cada partido ou coligação **preencherá** *[grifo próprio]* mínimo de 30% (trinta por cento) e o máximo de 70% (setenta por cento) para candidaturas de cada sexo” (BRASIL, 2009).

Assim, para as eleições proporcionais, era de se esperar um significativo aumento no número de mulheres candidatas como consequência da aplicação da chamada “lei de cotas”. Ao mesmo tempo, esta alteração na Lei Eleitoral continha elementos para chamar a atenção da imprensa

para a lógica eleitoral dos partidos, que passavam a ser obrigados a tomar medidas para mudar a forma de arregimentação de candidatas, sob pena de ter que reduzir o número de candidaturas masculinas a fim de manter a proporção entre os sexos.

Pouca atenção para políticas públicas que beneficiam mulheres

Embora as mulheres constituam mais da metade do eleitorado brasileiro, as políticas públicas relacionadas ao contingente feminino foram pouco abordadas pela cobertura no âmbito das eleições. Esse enfoque pautou 6,7% das matérias publicadas pelos jornais nacionais, 7,1% nos jornais regionais, 13,2% pelas revistas e 11,1% nos telejornais.

Quanto ao responsável pela menção a políticas públicas, registrou-se uma inversão entre os valores encontrados nos jornais regionais e nacionais. Enquanto nos jornais de circulação nacional a maior parte das menções foi feita pelo próprio autor (46,88%), nos diários regionais/locais os candidatos e candidatas foram os principais responsáveis pela referência a políticas (52,87%).

Nas revistas, apenas sete matérias mencionaram políticas públicas, sendo que em seis delas foram citadas pelo autor do texto (85,74%).

Em relação às políticas públicas mais mencionadas, é possível perceber uma considerável concentração de referências ao Programa Bolsa Família: 27,37% nos jornais regionais, 47,14% nos nacionais e 87,5% nas revistas (o equivalente a sete casos).

Nos jornais regionais e nacionais, foram registradas menções pontuais ao Plano Nacional de Política para as Mulheres, enquanto as iniciativas de enfrentamento à violência contra as mulheres (Ligue 180 e Pacto Nacional) foram citadas somente nos jornais nacionais. Entre os outros programas e políticas mencionados, destacam-se o 3º Plano Nacional de Direitos Humanos, o Programa Mãe Brasileira e o Programa Minha Casa Minha Vida.

Cabe ressaltar que o noticiário sobre o tema não cita iniciativas como o Programa Mulher e Ciência, o Programa Pró-Equidade de Gênero, o Plano Integrado de Enfrentamento da Feminização da Epidemia de Aids e outras DSTs e o Plano Nacional de Promoção da Igualdade Racial (Planapir).

Presidenciáveis, partidos e especialistas foram as fontes mais ouvidas

As fontes consultadas constituem um importante indicador da qualidade da cobertura jornalística. O tipo de fonte ouvida e a pluralidade de vozes são qualificativos essenciais para a informação jornalística.

Os dados coletados apontam que os/as jornalistas que cobriram o tema mulheres na política buscaram com frequência diferentes fontes de informação oficiais e da esfera federal para a construção de suas reportagens. Entre elas destacam-se – como era de se esperar – as/os candidatas/os à Presidência, além de representantes de partidos políticos/coligações e especialistas.

Entre as fontes mais consultadas pelos jornais nacionais vêm, em seguida, os/as cidadãos/ãs comuns (8,8%) e representantes de Igrejas (8,6%). Já nos jornais regionais as Igrejas e o Executivo federal aparecem com cerca de 9% de menções cada um. A questão do aborto e a forte presença do presidente Lula na campanha presidencial podem explicar os altos percentuais de consulta a estes tipos de fontes.

Note-se que as candidaturas a governo estadual e ao Senado também são mais expressivas nos jornais locais, embora com percentuais bem menores do que em relação aos candidatos à Presidência. Nos jornais regionais, as candidaturas aos governos estão presentes em 8,36% dos textos e as candidaturas ao Senado em 3,89%. Nos jornais de circulação nacional os números são ainda menores: 5,56% e 2,35%, respectivamente.

Já as revistas apresentaram um comportamento diferente daquele verificado nos jornais impressos. O fato de apresentarem numerosos artigos de opinião assinados por especialistas e a busca por fontes especializadas em determinados assuntos acabaram colocando especialistas e técnicos em metade dos textos publicados. Em segundo lugar como fonte mais ouvida, aparecem os partidos e coligações e, em terceiro, as candidaturas à Presidência.

Embora os jornais de circulação nacional e regional apresentem um alto índice de matérias sem fontes consultadas, ambos os estratos na casa dos 30%, a média de fontes por matéria nos jornais nacionais ficou em 1,63 e, nos regionais, em 1,59.

As especificidades das revistas, como a maior disponibilidade de espaço (em número de páginas) e tempo para produção de textos jornalísticos (dada a sua periodicidade semanal), explicam em parte o elevado número de fontes consultadas por notícia – uma média de 3,28. Outro aspecto relevante a comentar sobre a cobertura das revistas é que há apenas 3,7% de matérias sem fontes, que representam apenas duas matérias no universo pesquisado nestes periódicos.

Entre as fontes mencionadas pelos telejornais destacam-se, mais uma vez, os candidatos e candidatas à Presidência da República, citados em 66,6% das notícias. Logo em seguida estão os representantes dos partidos

e coligações, com 25,9%. As instituições religiosas foram ouvidas em 9,3% dos casos (cinco notícias) e o Ministério Público em 5,5% (três notícias). Outras fontes receberam percentuais abaixo de 5%.

Para falar sobre mulheres na política prevaleceram fontes masculinas

No cômputo geral, as fontes masculinas prevaleceram sobre as femininas (Tabela 5). Apenas um terço das matérias publicadas pelos jornais e revistas analisados recorre às mulheres, enquanto a maioria (57%) utiliza homens como fontes de informação e em outros 10% não é possível identificar o sexo dos informantes. Neste caso incluem-se, principalmente, as matérias que recorrem a partidos, Igrejas ou ao TSE/TREs como referência para construir os textos publicados.

Como esperado, as candidatas a presidente foram, entre as fontes femininas, as mais consultadas, sendo quase o dobro das consultas aos candidatos presidenciais masculinos, o que se explica pelo fato de haver duas candidatas altamente competitivas no pleito de 2010.

Partidos e coligações representaram 16% das fontes masculinas, o que reflete o fato de que a maioria dos dirigentes partidários e coordenadores de coligações, mesmo das candidatas mulheres, são homens.

A maioria dos especialistas e técnicos citados como fontes são homens, tanto no caso dos jornais regionais quanto nos nacionais e nas revistas.

As revistas apresentaram em 41% das matérias uma fonte masculina ligada a partido político ou coligação e 66% de especialistas homens como fontes de informação.

A distribuição de matérias e fontes por jornal – regional e nacional – foi praticamente a mesma, na casa de 40% de mulheres para ambos os tipos de jornais e para as revistas e na casa dos 50% quando se recorre a homens como fontes de informação.

Tabela 5
Distribuição das fontes consultadas por jornais e revistas, segundo sexo
Brasil – julho-outubro 2010

Sexo da fonte	Total de fontes	%
Mulheres	1.202	33,21
Homens	2.089	57,72
Não foi possível identificar	328	9,06
Total	**3.619**	**100,00**

Fonte: Pesquisa A Participação das Mulheres no Processo Eleitoral de 2010 – Monitoramento de Mídia.

No total das matérias veiculadas pelos telejornais, foram ouvidas 74 fontes. No cômputo geral, houve uma distribuição proporcional entre homens (33) e mulheres (31).

Módulo de questões específicas sobre igualdade e desigualdade entre homens e mulheres

Termos pejorativos não fizeram parte da cobertura

Se, por um lado, a análise permite afirmar que a abordagem de temas relevantes da agenda de direitos das mulheres foi feita de maneira superficial durante o período eleitoral, por parte tanto de candidatas/os como da imprensa, o uso de termos pejorativos e o destaque a aspectos negativos sobre as candidaturas apresentaram percentuais baixíssimos no cômputo geral da cobertura analisada.

O tratamento pejorativo dispensado aos/às candidatos/as nas eleições somou 20 matérias, o que representa menos de 1% do total analisado. Dois terços destas ocorrências, em 12 matérias, foram observados nos jornais nacionais, enquanto os regionais foram responsáveis pela veiculação do outro terço de termos pejorativos dirigidos aos candidatos. Nas revistas e telejornais não houve nenhum registro de expressão pejorativa nas matérias analisadas.

É importante registrar que, se, por um lado, as candidaturas femininas apresentaram maior quantidade de menções pejorativas do que as masculinas, tanto na comparação do que foi veiculado nos jornais de circulação nacional quanto nos regionais, por outro, o foco da pesquisa no tema mulheres na política fez com que o material selecionado ficasse concentrado nas mulheres candidatas, o que reduziu consideravelmente o número de matérias sobre homens candidatos.

Representação das eleitoras na mídia é positiva

A análise dos termos que descrevem o comportamento das eleitoras brasileiras revela que a maioria das qualificações é positiva. Cerca de 10% das matérias coletadas abordam pesquisas ou comportamento eleitoral feminino, sendo que mais da metade aponta algum adjetivo positivo ou não emite juízos negativos ao descrever o comportamento das eleitoras, e apenas 10% indicam alguma representação negativa referente ao comportamento eleitoral das mulheres.

Em 30,8% dos textos analisados que abordam a temática do comportamento eleitoral feminino, há menção de que mulheres votam em

mulheres. Esse percentual é maior nos textos veiculados nos jornais de circulação regional (37,6%); já nos jornais de abrangência nacional, 19,3% das matérias apresentam essa indicação.

Por outro lado, cerca de 10% dos textos que abordam comportamento eleitoral sugerem o fato de que os eleitores não votam em mulheres. O percentual de matérias com este perfil é maior nos veículos de circulação nacional – 10,8% dos textos ante 8,4% nos jornais regionais.

As matérias que falam sobre as mulheres como influentes, poderosas ou preocupadas com questões de interesse público são aproximadamente 10% dos textos analisados. Já adjetivos negativos como indecisas, desinformadas e influenciáveis são utilizados na descrição das eleitoras ou candidatas em cerca de 8% dos textos.

Embora os valores atribuídos às revistas sejam muito baixos – há apenas nove observações que citam pesquisa/voto e/ou comportamento eleitoral feminino –, é interessante mencionar que foram registradas duas referências às eleitoras como indecisas, uma como desinformadas e uma afirmação de que mulheres não votam em mulheres.

(Des)proporção entre homens e mulheres nos espaços de poder

Menos de 10% dos textos analisados chama atenção para a proporção entre homens e mulheres no acesso e participação em espaços de poder e decisão, sendo que as revistas e os jornais de circulação regional abordaram mais a questão da sub-representação das mulheres na política do que os jornais nacionais.

Julgamento mais rigoroso para as candidaturas femininas

A maioria das reportagens, aproximadamente 86%, não faz menção às candidaturas em relação à sua autenticidade ou artificialidade, tanto em relação a homens quanto a mulheres. Esse tipo de abordagem foi mais comum entre os jornais de circulação nacional, em que aproximadamente 20% das matérias fizeram algum juízo das candidaturas, enquanto nos regionais este percentual ficou na casa dos 12%.

Embora em quantidade reduzida, a maioria dos textos que emitem algum juízo das candidaturas o faz de forma depreciativa e em relação às candidaturas femininas. Aproximadamente 11% dos veículos regionais e 18% dos nacionais referem-se a candidaturas artificiais ou fabricadas de mulheres, enquanto a mesma questão referente ao universo das candidaturas masculinas é nula nos jornais regionais e chega a apenas 0,5%

dos textos nacionais. Cabe novamente a ressalva de que o foco deste monitoramento está no tema mulheres na política, mais associado às candidaturas femininas. Assim, é possível que candidaturas masculinas tenham sido caracterizadas com tais qualificativos e não tenham passado pelo filtro da pesquisa.

Mais mulheres na política representam mais ganhos do que perdas

Ao se abordarem as candidaturas femininas foi perguntado se haveria ganhos ou perdas caso as mulheres possuíssem mais acesso ou participação na política ou nos cargos de poder e decisão. Embora a maioria dos textos não tenha feito nenhuma menção a perdas ou ganhos caso as mulheres tivessem mais participação nos espaços de poder, merece destaque que, quando isso ocorreu (2,5%), a matéria cita ganhos. O percentual de textos que mencionam perdas não chega a ser estatisticamente significativo, alcançando apenas 0,37% das matérias analisadas.

A maioria dos textos que mencionam ganhos aponta maior atenção/sensibilidade para as questões sociais e maior competência caso as mulheres possuíssem maior destaque no cenário político.

Representação das candidaturas femininas: família em primeiro lugar

A maioria das matérias que abordam as candidaturas femininas não descreve e nem adjetiva as candidatas. Cerca de 55% das matérias publicadas pelos jornais regionais não incluíram nenhuma representação das candidatas, enquanto o índice cai para a casa dos 40% no caso dos textos dos jornais de circulação nacional.

A maior parte das representações refere-se às mulheres candidatas como ligadas à família, no papel de mãe, filha, esposa, avó, etc. Isso ocorre em 17,36% da cobertura regional das candidaturas e em 18,61% da nacional. As demais representações com números relevantes são as que colocam a mulher candidata nas condições de religiosa, ligada a trabalhos domésticos e agressiva – todas com cerca de 3% de textos com menções nesta direção, tanto na cobertura regional quanto na nacional.

As menções encontradas em revistas apresentam números absolutos muito baixos: sete matérias, que representam 18% do total de notícias que mencionam candidaturas. O maior valor refere-se às candidatas como ligadas à família, acompanhando a tendência encontrada nos jornais impressos.

Vidas privadas das candidatas foram mais comentadas do que a dos candidatos

Embora a maior parte das matérias publicadas pelos jornais (92,55%), tanto regionais quanto nacionais, não tenha exposto aspectos da vida privada dos/as ocupantes ou postulantes a cargos eletivos, quando isso ocorreu foi constatado um alto índice de menções aos vínculos familiares das candidatas: cerca de 20% das matérias que mencionaram candidaturas femininas apresentavam alguma indicação neste sentido, sendo que os percentuais mais altos foram encontrados nos jornais de circulação nacional, 22% do total de textos, enquanto nos regionais a proporção ficou na casa dos 17%.

Aspectos ligados à vestimenta de candidatos/as também quase não apareceram na cobertura. Menos de 2% dos textos fizeram alguma menção neste sentido e, quando o fizeram, as candidaturas mais citadas foram novamente as femininas.

Assim, pode-se afirmar que, embora aspectos físicos e relacionados à vida privada não tenham recebido significativa ênfase na cobertura analisada, essas questões foram abordadas de forma desigual para candidatados e candidatas. Isso evidencia que as mulheres ainda recebem um tratamento desigual por parte da imprensa, que destaca aspectos não relacionados diretamente ao fazer político, como a aparência (peso, vestimentas, cabelos e maquiagem) ou as relações familiares/estado civil e as habilidades culinárias.

Saúde, educação e desenvolvimento dominam as propostas das candidatas

Especialistas em campanhas eleitorais já demonstraram que mulheres candidatas tendem a priorizar temas sociais em seus programas e discursos. Estes mesmos estudos revelam que os homens candidatos em geral procuram usar estratégias combinadas, priorizando temas sociais e também questões econômicas.

Os dados da presente pesquisa confirmam esta tendência com relação ao foco do discurso político das mulheres na cobertura sobre mulheres na política. Nas matérias que mencionaram o foco do discurso das candidatas, os temas de maior relevância são saúde, educação, desenvolvimento e meio ambiente.

Considerações finais

A excepcionalidade do fato de as eleições presidenciais em 2010 contarem com duas candidatas com forte expressão eleitoral, Dilma Rousseff

e Marina Silva, fazia supor que a imprensa brasileira iria tratar em profundidade a questão da participação das mulheres na política e destacar em sua cobertura e no debate com as candidatas algumas questões críticas da condição das mulheres brasileiras. Esperava-se que a imprensa chamasse atenção para temas relevantes para as mulheres em geral, como a violência doméstica, a desigualdade de remuneração entre os sexos, a necessidade de qualificação profissional e alternativas de geração de renda para adolescentes, jovens e mulheres chefes de família, o direito ao aborto seguro, a prevenção aos cânceres de mama e de útero, entre outros. Porém, o que se observou foi que a imprensa concentrou-se no questionamento sobre a posição dos candidatos em relação ao tema da legalização do aborto, que acabou limitado a um pseudodebate, intermediado e estimulado pelas igrejas, sobre a questão da “defesa da vida” do feto.

Aqui é importante ressaltar que tanto Dilma Rousseff como Marina Silva não apresentaram programas de governo com ênfase nos direitos das mulheres. Ao contrário, com exceção de uma ou outra proposta lançada por meio das diversas mídias a que recorreram ou da propaganda eleitoral ao longo da campanha, ambas as candidatas não priorizaram uma maior identificação com as mulheres e nem destacaram propostas sociais e políticas visando uma maior igualdade entre homens e mulheres no país.

Assim, ficaram de fora das ênfases das campanhas – e também fora da pauta da cobertura eleitoral – diversos temas importantes para a vida das mulheres. Não se observou um jornalismo ativo buscando junto às candidaturas conexões de suas propostas sobre, por exemplo, a erradicação da miséria com um plano mais amplo de governo. Diferentes pesquisas e estudos já demonstraram que investimentos sociais em infraestrutura que permitam à mulher em situação de pobreza trabalhar – e, de preferência, em tempo integral – produzem significativo impacto na redução da miséria. A imprensa analisada não aproveitou, na organização da cobertura eleitoral, as oportunidades de enriquecer o noticiário com análises sobre a política macroeconômica e as propostas de políticas sociais. O que significava a promessa da candidata Dilma Rousseff de construir 6 mil creches (DELGADO, 2010) em relação às outras propostas de seu programa de governo? Qual seria a influência do investimento na educação infantil para a melhoria da qualidade da educação no país e sobre o acesso das mulheres ao mercado de trabalho?

Para a pesquisadora Lena Lavinas (2010), professora de Economia da UFRJ, mesmo se fossem criadas as 6 mil creches, ainda seria pouco,

"considerando o déficit da oferta: 82% das crianças até três anos estão fora da creche, percentual que sobe para 93% entre as pobres".

Com a mudança na lei eleitoral, esperava-se nas eleições proporcionais um maior número de mulheres candidatas. Mas, diante da constatação de que os partidos não preencheriam a cota de 30% de candidaturas femininas, a imprensa analisada não se deu ao trabalho de, indo além da mera constatação, perguntar quais são os estímulos ou desestímulos para que as mulheres entrem no jogo eleitoral e disputem para valer, e não como "laranjas"? Neste ritmo, segundo as contas do demógrafo José Eustáquio Diniz Alves, as mulheres brasileiras levarão 207 anos para alcançar presença em número igual ao dos homens no Legislativo (HOFFMANN, 2011).

Assim, a partir dos dados analisados por esta pesquisa, pode-se afirmar que a imprensa brasileira falhou em seu dever de fiscalizar o cumprimento da legislação eleitoral e investigar como os partidos, que não haviam atendido aos dispositivos legais, iriam se justificar. E, pior, a imprensa analisada sequer se preocupou em buscar pronunciamentos da Justiça Eleitoral sobre as consequências do descumprimento pelos partidos da legislação em vigor.

A cobertura sobre mulheres na política no período eleitoral foi superficial, mais factual do que analítica e pouco investigativa. A imprensa analisada – impressa e televisiva – não aproveitou a oportunidade apresentada por um momento inédito na política brasileira, em que as mulheres – como candidatas e eleitoras – tiveram papel fundamental na definição dos rumos do país. Várias questões, a partir de ângulos diversos, poderiam ter sido pautadas. Mas faltou esforço investigativo. Por desinformação, preconceito ou desinteresse, nas eleições de 2010 o jornalismo brasileiro ficou devendo, não apenas às mulheres brasileiras, mas ao fortalecimento da democracia no país.

Referências

AGÊNCIA PATRÍCIA GALVÃO. Como a imprensa cobriu o tema do aborto nestas eleições. 18/11/2010. Disponível em: <http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=926:como-a-imprensa-cobriu-o-tema-do-aborto-nestas-eleicoes&catid=40:noticias>. Acesso em: 12 ago. 2011.

ALVES, J. E. D. Palestra proferida no Seminário Mídia e Mulheres na Política, promovido pelo Instituto Patrícia Galvão em 09/08/2010. Disponível em: <http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=622:midia-e-mulheres-na-politica-mesa-3&catid=100:notas>. Acesso em: 4 jul. 2011.

ARAÚJO, A. Serra promete mamografia para todas as mulheres acima de 40 anos. **Portal G1**, 07/08/2010. Disponível em: <http://g1.globo.com/especiais/eleicoes-2010/noticia/2010/08/serra-promete-mamografia-para-todas-mulheres-acima-de-40-anos.html>. Acesso em 7 jul. 2011.

BARROS, A. C. Cientista: só reforma eleitoral garante mulheres na política. **Terra Magazine**, 13/10/2010. Disponível em: http://terramagazine.terra.com.br/interna/0,,OI4732694-EI6578,00-Cientista+So+reforma+eleitoral+garante+mulheres+na+politica.html>. Acesso em: 6 ago. 2011.

BARROS FILHO, C. de. **Ética na comunicação**: da informação ao receptor. São Paulo: Moderna, 1995.

BIROLI, F. Vence o preconceito no debate sobre o aborto. **Correio Braziliense**, 20/10/2010. Disponível em: <http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=934:20102010-vence-o-preconceito-no-debate-sobre-o-aborto-por-flavia-biroli-correio&catid=40:noticias>. Acesso em: 7 set. 2011.

BRAMATTI, D. ''Teto de vidro'' restringe ascensão de mulheres na máquina que Dilma herdará. **O Estado de S. Paulo**, 29/12/2010. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,teto-de-vidro-restringe-ascensao-de-mulheres-na-maquina-que-dilma-herdara,659410,0.htm>. Acesso em: 16 set. 2011.

BRASIL. Presidência da República. Decreto nº 6.387, de 5 de março de 2008. In: BRASIL. Presidência da República. Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres. **II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres**. Brasília, 2008, p. 211. Disponível em: <http://www.sepm.gov.br/pnpm/livro-ii-pnpm-completo09.09.2009.pdf>. Acesso em: 4 jul. 2011.

________. Presidência da República. **Lei nº 12.034, de 29 de setembro de 2009**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Lei/L12034.htm>. Acesso em: 6 jul. 2011.

________. Presidência da República. Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres. **II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres**. Brasília, 2008. Disponível em: <http://www.sepm.gov.br/pnpm/livro-ii-pnpm-completo09.09.2009.pdf>. Acesso em: 4 jul. 2011.

CAITANO, A.; DIAS, M. Mulheres no centro das atenções. **Veja**, 29/08/2010. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/mulheres-no-centro-das-atencoes>. Acesso em 8 ago. 2011.

CAVALLARI, M. Mulheres são mais críticas na hora de votar, diz diretora do Ibope. **Agência Patrícia Galvão**, 16/08/2010. Disponível em: <http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=653:mulheres-sao-mais-criticas-na-hora-de-votar-diz-diretora-do-ibope&catid=66:videos>. Acesso em: 10 set. 2011.

CONGRESSO EM FOCO. Bancada feminina do Congresso após as eleições. 06/10/ 2010. Disponível em: <http://congressoemfoco.uol.com.br/noticia.asp?cod_canal=21&cod_publicacao=34742>. Acesso em: 6 jul. 2011.

DELGADO, M. Dilma não detalha ideias, mas quer voto feminino. **O Estado de S. Paulo**, 12/07/2010. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20100712/not_imp579820,0.php>. Acesso em: 7 jul. 2011.

HANSEN, A. et al. **Mass communication research methods**. New York: New York University Press, 1998.

HOFFMANN, G. Sem favor ou generosidade. **O Globo**, 02/05/2011. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/pais/moreno/posts/2011/05/02/sem-favor-ou-generosidade-377780.asp>. Acesso em: 16 set. 2011.

IBGE. **Sinopse do Censo Demográfico 2010**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/sinopse.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2011.

JORDÃO, F. P. Consolidação de votos em Dilma Rousseff chega a 72% entre mulheres (22/09/2010); Mulheres e campanha na TV desenham vitória de Dilma Rousseff no 1º turno (27/08/2010); Com TV, mulheres põem Dilma mais perto da vitória no primeiro turno (24/08/2010); O voto das mulheres pesa para crescimento de Dilma e queda de Serra (06/08/2010); Homens e mulheres têm visões diferentes do processo eleitoral (22/07/2010); O poder do voto feminino (21/06/2010). **Agência Patrícia Galvão.** Disponíveis em: <http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=805:consolidacao-de-votos-em-dilma-rousseff-chega-a-72-entre-mulheres-por-fatima-pacheco-jordao&catid=80:opiniao>. Acesso em: 11 ago. 2011.

JUSTE, M.; NASCIMENTO, M. 82 anos antes de Dilma, Alzira Soriano abriu espaço feminino no Executivo. **Portal G1**, 02/11/2010. Disponível em: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2010/11/80-anos-antes-de-dilma-alzira-soriano-abriu-espaco-feminino-no-executivo.html>. Acesso em: 2 nov. 2010.

KIENTZ, A. **Comunicação de massa**: análise de conteúdo. Rio de Janeiro: Eldorado, 1973.

KRIPPENDORFF, K. **Content analysis**: an introduction to its methodology. 6ª ed. Beverly Hills: Sage, 1986.

LAVINAS, L. Acabar com a miséria é exequível, com um empurrão das mulheres. **Folha de S.Paulo**, 14/11/2010. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/po1411201010.htm>. Acesso em 06/09/2011.

MACHADO, U. TV é a principal fonte de informação dos eleitores. **Folha de S.Paulo**, 28/07/2010. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/po2807201006.htm>. Acesso em: 6 ago. 2011.

MEDINA, C. **Notícia, um produto à venda**: jornalismo na sociedade urbana e industrial. 2ª ed. São Paulo: Summus, 1988.

MOINHOS, R. et al. **Sociologia 12.** Lisboa: Plátano Editora, 2006.

NEGRÃO, P. Campanhas e candidaturas de mulheres: possibilidades e obstáculos. **Agência Patrícia Galvão**, 03/01/2011. Disponível em: <http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/index.php?option=com_content&view=article&i

d=1372:campanhas-e-candidaturas-de-mulheres-possibilidades-e-obstaculos-&catid=96>. Acesso em: 16 set. 2011.

PORTAL MAIS MULHERES NO PODER. Eleitorado por sexo no Brasil. Disponível em:<http://www.maismulheresnopoderbrasil.com.br/dados/eleitorado_por_sexo_no_brasil.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2011.

________. Poder Legislativo no Brasil. Disponível em:<http://www.maismulheresnopoderbrasil.com.br/dados/tabela_de_eleitas_e_eleitos_Eleicoes_2010.pdf>;<http://www.maismulheresnopoderbrasil.com.br/dados/Deputadas_Eleitas_para_a_Camara_Federal_por_Regiao_e_Unidade_da_Federacao_Eleicoes_2010.pdf>; <http://www.maismulheresnopoderbrasil.com.br/dados/Deputadas_Eleitas_para_as_Assembleias_Legislativas_e_Camara_Distrital_por_Regiao_e_Unidades_da_Federacao_%20Eleicoes_2010.pdf>. Acesso em: 12/07/2011.

SCHUMAHER, S.; BRAZIL, É. V. (Orgs.). **Dicionário mulheres do Brasil**: de 1500 até a atualidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2000.

SCOFIELD Jr., G. Voto feminino foi decisivo para levar a eleição ao 2º turno, dizem especialistas. **O Globo**, 06/10/2010. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/pais/eleicoes2010/mat/2010/10/06/voto-feminino-foi-decisivo-para-levar-eleicao-ao-2-turno-dizem-especialistas-922727127.asp>. Acesso em: 8 ago. 2011.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Estatística do eleitorado por sexo e faixa etária – pesquisa Brasil – outubro/2010. Disponível em: <http://www.tse.gov.br/eleicoes/estatisticas-do-eleitorado/estatistica-do-eleitorado-por-sexo-e-faixa-etaria>. Acesso em: 10 jul. 2011.

UNIÃO INTERPARLAMENTAR. Women in National Parliaments, situation as of 30/06/2011. Disponível em: <http://www.ipu.org/wmn-e/classif.htm>. Acesso em: 2 jul. 2011.

VASCONCELOS, I. Folha e O Globo são os jornais preferidos dos parlamentares. **Comunique-se**, 19/01/2011. Disponível em: <http://www.comunique-se.com.br/index.asp?p=Conteudo/NewsShow.asp&p2=idnot%3D57792%26Editoria%3D8%26Op2%3D1%26Op3%3D0%26pid%3D20871003024%26fnt%3Dfntnl>. Acesso em: 25 jan. 2011.

978-85-66557-00-8

O livro *As mulheres nas eleições 2010* reúne artigos de renomadas/os pesquisadoras/es da área de gênero, ciências sociais e ciência política, que fizeram parte do Consórcio Bertha Lutz, vencedor do Edital Público, lançado em 25 de fevereiro de 2010, pela Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres da Presidência da República.

O trabalho desenvolvido pelo Consórcio Bertha Lutz se transformou em uma experiência pioneira, especialmente porque as eleições gerais de 2010 foram as mais femininas da história do Brasil. Do total de nove candidatos à Presidência da República, as duas mulheres que disputaram as eleições, no primeiro turno, obtiveram 2/3 dos votos (67%). A primeira mulher eleita presidenta do Brasil, Dilma Rousseff, alcançou 56% dos votos válidos, no segundo turno.

Os pesquisadores e o público em geral podem encontrar no livro *As mulheres nas eleições 2010* análises referentes às preferências do eleitorado em 2010, sobre as diferenças sociais e de gênero nas intenções de voto, sobre as tendências do conservadorismo político e do tradicionalismo de gênero, abordagens do panorama geral das candidaturas e dos resultados eleitorais nos diversos níveis de representação, assim como estudos das estratégias partidárias e dos mecanismos de financiamento das campanhas e das desigualdades de gênero no acesso aos recursos materiais e imateriais de campanha. Foi analisada também a participação feminina no horário de propaganda gratuito e realizado um monitoramento da mídia jornalística em relação à cobertura da participação das mulheres nas eleições gerais de 2010.